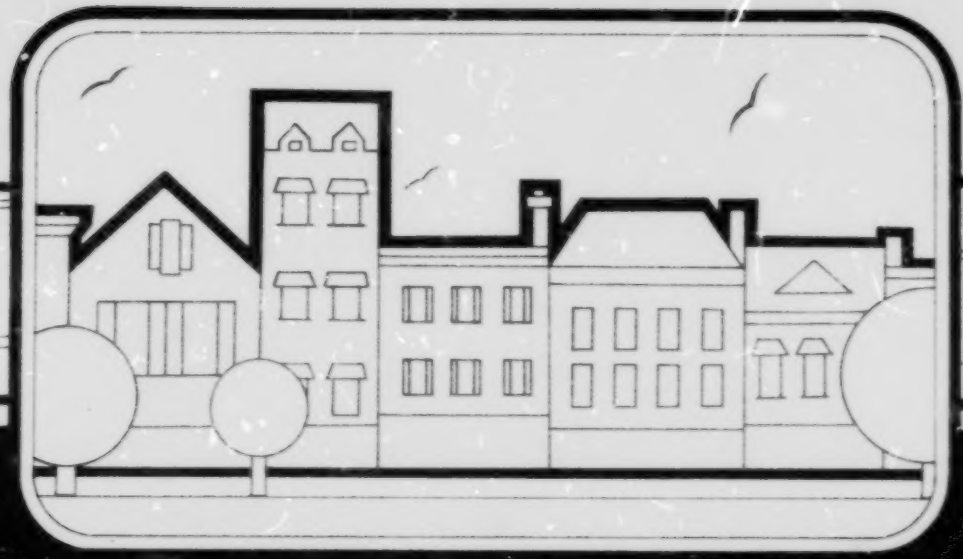


LA PUBLICITÉ
LE LOGEMENT
LE BUDGET

GUIDE PÉDAGOGIQUE À L'INTENTION DES FORMATEURS EN ALPHABÉTISATION

Québec

Ce document est une coproduction du Service de l'information et des relations publiques et de l'éducation de l'Office de la protection du consommateur et du Regroupement des groupes populaires en alphabétisation du Québec.

Conception et rédaction : Françoise Lefebvre du Regroupement des groupes populaires en alphabétisation du Québec

Coordination : Lily Gaudreault pour l'O.P.C.

Couverture : Mario Brassard

Dépôt légal, mai 1985
ISBN 2-550-12121-X

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Présentation du guide pédagogique	iii
Avant-propos	iv
Introduction	1
Janvier (endettement)	7
Février-mars (logement, bail)	25
Avril (publicité, médicaments)	57
Mai-juin (logement, budget)	77
Juillet (logement, déménagement)	107
Août (publicité)	125
Septembre (logement, comptes)	139
Octobre (publicité)	159
Novembre-décembre (publicité)	179

PRÉSENTATION
DU
CAHIER PÉDAGOGIQUE

AVANT-PROPOS

L'histoire (avec un grand H) nous éclaire souvent sur les réalisations du présent... C'est pourquoi nous voulons raconter la petite histoire du cahier pédagogique que vous avez actuellement entre les mains. Sa forme définitive, les thématiques qu'il aborde, les activités qu'il suggère, sont issues de multiples démarches, de rencontres diverses que nous ne pouvons laisser sous silence sans risque de passer à côté de tout l'esprit qui les anime.

"Il était une fois, en mai 1984, ..." Non! non!, ce ton ne convient pas. Les personnages sont bien réels, pas comme ceux des contes de fée... De plus, ce n'est pas un conte mais plutôt le récit d'une belle aventure!

Reprenons!

L'Office de la protection du consommateur a approché, en mars-avril 1984, divers organismes qui oeuvrent en éducation des adultes, dans le domaine de l'alphabétisation. Le Regroupement des groupes populaires en alphabétisation est un de ceux-là.

L'idée d'origine était de fournir du matériel pratique à des animateurs et des formateurs en alphabétisation, traitant de sujets de consommation. La forme était laissée à la discrétion des contractuels.

Ainsi, quelques animateurs des groupes populaires ont été sollicités pour mettre en branle le processus de conception et d'élaboration du projet. Dans un premier temps, deux personnes venant de deux groupes membres du Regroupement ont préparé un questionnaire pour faire une enquête auprès de leurs collègues des autres groupes. L'idée était de vérifier, à partir du vécu qu'ils avaient dans leur propre atelier, les besoins des autres animateurs en matière d'outils pédagogiques.

L'enquête a été réalisée au cours d'une assemblée générale ayant lieu en juin 1984. Quelque quinze groupes ont alors rempli le questionnaire qui tentait de cerner deux choses: premièrement les questions se rapportant à la consommation les plus fréquemment amenées par les participants aux ateliers et deuxièmement, les besoins des animateurs concernant la forme d'outils qu'il désirent.

Les résultats de la compilation des données ont été obtenus une quinzaine de jours plus tard: les deux préoccupations principales des participants se regroupaient autour du logement et de la publicité et l'outil privilégié par les animateurs était la création d'un cahier pédagogique qui leur serait principalement destiné. Le projet venait de naître!!!

INTRODUCTION

Le but global de ce cahier est clair: il s'adresse d'abord aux animateurs et aux formateurs pour mieux les outiller face à deux types de problèmes de consommation: le logement et la publicité. Certains objectifs généraux par contre, rejoignent davantage les participants. En effet, nous souhaitons par le biais des diverses activités proposées, amener les participants à remettre en question leurs attitudes de consommateurs et à critiquer certains choix qu'ils font.

Bien qu'il ait été conçu et réalisé par des animateurs du milieu populaire, nous croyons que ce cahier intéressera tout autant les formateurs du réseau scolaire puisque leur clientèle reste, en essence, la même. Il est possible de l'utiliser de façon chronologique, en suivant les thèmes selon les mois ou bien d'en prendre connaisance par les objectifs de formation en consommation ou les objectifs d'apprentissage en alphabétisation. Quelle que soit la manière dont vous en userez, nous souhaitons que les quelques pistes suggérées vous inspireront d'autres thématiques, d'autres objectifs et d'autres activités.

Regardons maintenant, de façon plus détaillée, quel est le contenu de ce cahier pédagogique.

LES THÈMES ABORDÉS

Pour chaque mois de l'année nous avons voulu choisir une problématique différente en tenant compte, dans la mesure du possible, des spécificités de consommation propres à certaines périodes.

Voici donc les thématiques qui seront à l'étude:

En janvier : une publicité de bouche à oreille qui fait bien des victimes: le shylocking

En février-mars : un choix important dont il faut peser le pour et le contre: le bail

En avril : les rhumes et les grippes du printemps, un bon prétexte pour parler des médicaments

En main-juin : les mille et une choses dont il faut tenir compte quand on cherche le premier logement

En juillet : le locataire qui a loué ailleurs parce que c'était meilleur; a-t-il pensé au coût du déménagement?

En août : une occasion particulière de se faire influencer par la publicité: la rentrée scolaire

En septembre : les retours de vacances et l'arrivée des comptes oubliés

En octobre : penchons-nous sur la publicité trompeuse et les recours des consommateurs

En novembre-décembre: les offres alléchantes du temps des Fêtes comment les évaluer, cerner l'essentiel: les Fêtes

Voyons maintenant comment se présente chaque mois.

GUIDE D'UTILISATION

Nous avons énuméré précédemment les thèmes de chacun des mois. Certains mois sont regroupés pour permettre une plus grande élaboration du sujet à l'étude. Ainsi février-mars, mai-juin et novembre-décembre n'abordent en tout que trois thèmes différents. Les autres rejoignent chacun un unique thème.

Pour chaque thème on poursuit deux types d'objectifs: d'abord des objectifs de formation en consommation qui répondent aux préoccupations exprimées, lors de notre enquête, par les animateurs. En effet ces objectifs ont pour buts généraux de cerner certaines attitudes du consommateur et aussi d'illustrer certains comportements à adopter lors du processus d'achat. Parallèlement à ces objectifs on amène les objectifs d'apprentissage par le biais desquels le français et les mathématiques sont étudiés.

Ainsi pour chaque thème vous trouverez d'abord exposés en première page, l'identification du sujet visé et les deux genres d'objectifs proposés à l'intérieur d'un tableau:

MOIS "Thème"

Ce qu'il contient

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES

Par cette présentation, il vous sera plus facile de choisir ou non de travailler une problématique plutôt qu'une autre, de voir si les objectifs répondent adéquatement ou non aux besoins de vos participants. Une fois passé ce rapide tour d'horizon, nous suggérons une mise en situation globale.

La mise en situation comprend une démarche adressée aux animateurs. Nous avons voulu privilégier, dans la plupart des cas, une démarche de groupe. Par contre, pour certains thèmes particuliers, une démarche individuelle s'avère essentielle à l'atteinte des objectifs de formation en consommation.

A l'intérieur de la mise en situation, hormis la démarche globale proposée, des activités sont mises de l'avant. La majorité des activités touchent les deux types d'objectifs retenus au début de la thématique. En effet nous n'avons pas dissocié l'apprentissage de notions de français et de mathématique de la formation en consommation puisque l'adulte analphabète se trouve confronté aux deux à la fois lorsqu'un problème de consommation survient.

Certaines activités nécessitent des explications, une marche à suivre plus détaillée, elles se retrouvent sous la rubrique "méthodologie". A certains moments elle sera clairement identifiée tandis qu'en d'autres occasions, elle sera incluse dans les étapes comme telles de l'activité.

Nous avons également conçu quelques exercices à l'intention des participants. La majorité de ces exercices sont construits pour permettre à des participants de niveaux différents de pouvoir être sollicités dans la résolution de problèmes de consommation.

Nous croyons finalement qu'un tel outil pédagogique ne doit pas être figé dans une forme définitive, mais qu'il doit suivre l'évolution et les besoins des formateurs ou des participants.

Dans sa forme actuelle, ce cahier pédagogique favorise les démarches créatives; aussi faut-il que les formateurs se sentent aidés et non limités par les activités et les méthodes proposées. Nous avons donc prévu, à la fin de chaque thème, une rubrique "Évaluons". Nous invitons tous les intervenants qui utiliseront ce cahier pédagogique à nous envoyer leurs commentaires, leurs critiques et leurs réflexions en vue d'assurer la mise à jour et la qualité du cahier pédagogique.

ÉVALUATION

L'évaluation que vous ferez des activités, des thèmes et de la démarche que nous vous proposons est d'une extrême importance pour nous permettre de saisir l'impact que ce cahier pédagogique a eu dans votre atelier, votre groupe, vos cours comme tels. A la fin de chaque mois, vous trouverez une feuille intitulée "Évaluons", avec trois sous-titres: démarche, activités, suggestions. Nous vous demandons de la remplir de vos commentaires et de nous la retourner. Pour vous aider dans votre réflexion, voici quelques pistes ou questions qui vous éclaireront sur le type d'informations que nous recherchons.

- Avez-vous suivi toute la démarche proposée?

- Avez-vous adopté une autre démarche? Pouvez-vous nous en dire quelques mots?

Ces informations seraient notées à la rubrique DÉMARCHE.

- Quelles activités avez-vous utilisées?

- Quelles activités les gens de l'atelier ont-ils préférées?

- Avez-vous mis sur pied d'autres activités au cours de ce thème?

Ces informations seraient notées à la rubrique ACTIVITÉS.

- Finalement auriez-vous des suggestions concernant le thème choisi, les activités prévues, la démarche proposée, les objectifs prévus, les apprentissages à réaliser?

Ces informations seraient notées à la rubrique SUGGESTIONS.

Tous vos commentaires seront grandement appréciés, nous les attendons avec impatience: ne tardez pas, à chaque fin de thème, prenez un petit peu de votre temps pour faire un retour sur ce que vous avez fait à l'atelier. Écrivez-le et ... envoyez-le nous à l'adresse suivante:

"Matériel pédagogique en alphabétisation"
Service des relations publiques
Office de la protection du consommateur
6, rue de l'Université
Québec (Québec)
G1R 5G8

JANVIER

RETOUR A LA RÉALITÉ

Souvent, en janvier, les gens se sentent essoufflés. Le temps des Fêtes est passé et l'on retourne aux tracas quotidiens. C'est aussi le retour des échéances de paiement. On songe alors à emprunter ... mais où: banques, établissements de crédit? A qui: des commerçants, des connaissances? Il arrive alors que des "shylocks" sont approchés et ont malheureusement beau jeu. L'endettement prend ainsi figure de l'ami d'un ami qui connaît quelqu'un qui pourrait dépanner ...

Il faut voir le présent thème comme une conséquence fréquente d'achats impulsifs. Il faut également faire le lien entre l'endettement, souvent provoqué par les tentations exercées par la publicité, et qui mène aux emprunts disproportionnés aux capacités de remboursement.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
Par le biais du crédit bancaire ou du crédit à la consommation, amener les gens à discuter de "shylocking" et essayer de découvrir des solutions pour les éviter.	**FRANÇAIS**	**MATHÉMATIQUES**
- cerner divers types de crédit, les inventorier . banque . dépanneurs du coin . achats à tempérament . cartes de crédit, etc. - s'informer auprès d'institutions, de leur taux d'intérêt - comparer les taux d'intérêt - faire une mini-enquête - classifier l'information - amener les participants à parler du shylocking - développer des argumentations sur le pour et le contre du shylocking - trouver une alternative au shylocking	- dresser une liste des institutions de crédit - établir une liste de questions; les rédiger - lire un texte informatif sur le sujet - commenter le texte, émettre son opinion	- classifier selon leurs caractéristiques: . banques . bureaux de crédit . carte de crédit, etc. (faire des ensembles) - comprendre les pourcentages - apprendre à calculer les pourcentages

MISE EN SITUATION

Il est rare que quelqu'un qui a déjà été aux prises avec un shylock, le dévoile rapidement et librement à un petit groupe, et pour cause... Pourtant, dans notre expérience d'animation, nous avons maintes fois rencontré des personnes aux prises avec ce problème. Nous pensons qu'il est nécessaire d'en parler et dans ce sens, de briser l'isolement souvent vécu face à ce problème. Pour ce faire, nous suggérons d'aborder cet aspect particulier du crédit, en mettant en relief des éléments d'information plutôt neutres. Un projet d'enquête rapide pourra servir de prétexte à ce volet de consommation. Voici la démarche que nous vous proposons:

1. L'animateur pose la question ouverte suivante à son groupe:

   "Qui parmi vous utilise le crédit et sous quelle forme?"

   ou bien

   "Connaissez-vous des endroits où on peut obtenir du crédit? Qui parmi vous utilise ou a déjà utilisé ces sources de crédit?"

   - Les participants sont invités à écrire les noms des endroits que l'animateur notera, de façon visible, pour tout le groupe, à la suite de ce que les gens disent.

   - Dans un deuxième temps, on cherchera à regrouper les différentes sources ou maisons de crédit sous des rubriques qui identifient leurs caractéristiques communes.

     Par exemple:

BANQUES	MAISON DE FINANCEMENT	CARTE DE CRÉDIT	MAGASINS
. caisses populaires	. Avco . H.F.C.	. Visa . American Express	. Eaton etc.

* Il est important d'amener les participants à discuter des caractéristiques de chaque endroit, en vue de distinguer les différentes sources de crédit les unes des autres et d'en dégager les avantages et les inconvénients.

2. L'animateur pourrait amorcer la deuxième partie de ce petit débat en demandant au groupe comment fonctionne le crédit.

   - L'animateur peut suggérer de faire une cueillette d'information, en demandant aux participants de se répartir en groupes de travail, de façon que l'ensemble des rubriques identifiées à l'étape précédente soit couvert. La recherche d'information ne devrait concerner que les prêts personnels.

   - Après s'être répartis en équipes, les participants essaient de formuler une ou deux questions pour obtenir l'information qu'ils cherchent sur le coût du crédit. Les participants sont invités soit à aller sur le terrain (par des rencontres avec des gens qui possèdent des cartes de crédit, par exemple) soit à prendre les renseignements par téléphone.

   - De retour à l'atelier, on peut compléter le tableau à la lumière des nouveaux renseignements obtenus.

     Par exemple:

BANQUES	%	MAISON DE FINANCEMENT	%	CARTES DE CRÉDIT	%	MAGASINS	%
. caisses populaires	13	. Avco	21	. Visa	28	. Eaton	16
---	-	---	-	---	-	---	-

* A cette étape des activités, il serait souhaitable d'expliquer ce que veulent dire "intérêt" et "pourcentage".

INTÉRÊT : C'est le coût du crédit, exprimé en argent.

POURCENTAGE: C'est le taux auquel on calcule l'intérêt, exprimé en %.

> **15 % d'intérêt veut dire que pour chaque tranche de 100 $ empruntée, il en coûte 15 $ par année à celui qui emprunte**

3. Mais comment se calcule l'intérêt?

- Les participants seront invités à se servir du tableau qu'ils ont fait aux deux premières étapes.

Imaginons que Gérard a emprunté 1 000 $ à la caisse. Il a fait son emprunt pour deux ans. D'après le tableau qui a été fait aux deux premières étapes, combien va-t-il payer d'intérêt pour les deux années de son emprunt?

MÉTHODOLOGIE

A) Regardons à quel taux est l'intérêt de la caisse populaire.

RÉPONSE: Le taux est à 13 %. Cela veut dire que pour chaque 100 $, Gérard va payer 13 $ d'intérêt.

B) Son emprunt: 1 000 $

- On cherche, en premier, combien il y a de 100 $ dans 1 000 $. Il faut donc qu'on divise 1 000 $ en paquets de 100 $.

Voici ce que cela donne:

$$\begin{array}{r|l} 1000 & 100 \\ \underline{100} & 10 \\ 0 & \end{array}$$

Donc, il y a 10 fois 100 $ dans 1 000 $.

- Alors il faut regarder combien vont donner 10 fois 13 $ d'intérêt (il ne faut pas oublier que dans chaque paquet de 100 $, Gérard doit payer 13 $ d'intérêt).

10 x 13 = 130 $

Ainsi Gérard va payer 130 $ d'intérêt pour une année d'emprunt. Rappelons que l'intérêt est calculé pour un an.

C) Maintenant que l'on sait que ça coûte 130 $ d'intérêt par année à Gérard, on peut trouver combien cela va lui coûter pour deux (2) ans:

1re année: 130 $
2e année : 130 $

Donc 130 $ + 130 $ = 260 $

ou bien

130 $ x 2 = 260 $

RÉPONSE: Gérard va payer 260 $ d'intérêt pour les deux ans durant lesquels il emprunte 1 000 $.

D) On peut aussi savoir combien d'argent il va devoir remettre <u>en tout</u>.

1 000 $ (son emprunt) + 260 $ (l'intérêt) = 1 260 $ (ce qu'il doit remettre)

* Nous savons que c'est par la pratique qu'un apprentissage se consolide, nous suggérons donc à l'animateur de présenter divers problèmes de vie courante en se servant du tableau fait au cours de deux premières étapes de l'atelier.

EXERCICES

1. Lise est allée magasiner avec sa carte de crédit Visa (voir tableau). Elle s'est achetée deux blouses qui lui ont coûté 25 $, un pantalon 32 $ et une veste de cuir 123 $.

   a) Combien lui ont coûté tous ses achats?
   RÉPONSE: 25 + 32 + 123 = 180 $

   b) Si elle ne paie pas son compte, combien cela va-t-il lui coûter d'intérêt pour l'année?
   RÉPONSE: $180 \times \frac{28}{100} = 50{,}40$ $ d'intérêt

   c) Combien cela va-t-il lui coûter d'intérêt pour un mois?
   RÉPONSE: 50,40 $ ÷ 12 mois = 4,20 $ d'intérêt pour un mois.

   d) Si elle paie son compte un mois après avoir acheté ses vêtements, combien va-t-elle payer en tout?
   RÉPONSE: 180 $ (coût d'achat) + 4,20 $ (intérêt) = 184,20 $ en tout

2. Le poêle de Jeanne s'est brisé. Elle ne peut pas le faire réparer et elle doit s'en acheter un autre. Elle va chez Eaton (voir tableau) et s'achète un nouveau poêle à 400 $. Elle décide de prendre toute l'année pour le payer.

   a) Combien va-t-elle payer d'intérêt?
   RÉPONSE: $400 \times \frac{16}{100} = 64$ $ d'intérêt.

   b) Combien va lui coûter son poêle quand elle va avoir fini de le payer?
   RÉPONSE: 400 $ (coût d'achat) + 64 $ (intérêt) = 464 $ en tout

3. Nicole et son mari sont mal pris. La banque ne veut pas leur prêter parce qu'ils ont déjà un emprunt personnel à rembourser. Jean, le mari de Nicole, décide d'aller chez Avco (voir tableau) et d'emprunter 300 $.

   a) Combien aura-t-il remis d'argent à la fin de l'année?
   RÉPONSE: $300 \text{ \$} \times \frac{21}{100} = 63$ $ (intérêt)

   300 $ (emprunt) + 63 $ (intérêt) = 363 $ en tout.

Nous ne saurions trop insister sur l'importance de comprendre les mécanismes du calcul de l'intérêt... Quand ceux-ci sont assimilés, il serait opportun de donner la technique rapide du calcul de l'intérêt à savoir:

Exemple de l'étape 3:

$$\frac{1\ 000\ \$ \times 13}{100} = 130\ \$ \times 2\ \text{ans} = 260\ \$$$

4. Après avoir vu à quels endroits on peut obtenir du crédit, comment calculer l'intérêt et comprendre ce qu'il représente, il serait maintenant intéressant de se demander: "Pourquoi les gens utilisent-ils le crédit"?

"Comment choisissent-ils l'endroit où ils empruntent?"

"Pourquoi vont-ils à un endroit plutôt qu'à un autre?"

- Une forme intéressante pour aborder cette étape, hormis l'échange en atelier, est une courte enquête qui pourrait être menée auprès de participants des autres ateliers ou encore, des membres des familles des participants.

- Certains "pré-requis" auraient intérêt à être examinés par le groupe avant même de procéder à l'enquête comme telle:

  . quelles questions peut-on poser relativement au crédit?
  . à qui peut-on les poser?
  . comment faire un questionnaire qui soit simple à utiliser?

Ceci étant déterminé, le groupe peut commencer à dresser une liste des questions hypothétiques. Nous vous suggérons un exemple de questionnaire, conçu de façon telle que même les apprenants qui ne maîtrisent pas suffisamment l'écrit pourront être des enquêteurs. Cette petite enquête peut être faite de vive voix, ou encore, on peut distribuer le questionnaire aux gens en leur demandant de le remplir.

EXEMPLE DE QUESTIONNAIRE

1. AVEZ-VOUS DÉJA EMPRUNTÉ? oui ☐
non ☐

2. SI OUI, POUR QUELLE(S) RAISON(S)?

__ achat de maison
__ achat d'appareils ménagers (poêle, frigidaire, etc.)
__ auto
__ dettes (pour rembourser quelqu'un)
__ achats de vêtement
__ vacances
__ pertes de revenu (grève, attente de chômage)

3. OÙ AVEZ-VOUS OBTENU DU CRÉDIT?

__ cartes de crédit
__ maison de finance
__ banques
__ magasins
__ de la famille, d'amis
__ d'une connaissance

4. CELA VOUS A-T-IL COÛTÉ DE L'INTÉRÊT? oui ☐
non ☐

Combien d'intérêt? _____%
_____$

Lorsque les informations sont recueillies, l'animateur propose aux gens de les classer selon des rubriques en y indiquant les lieux où a été obtenu le crédit. Ceci permettra à tous, de "mieux" lire l'information recueillie et d'amorcer la discussion relativement au "shylocking".

- Après la classification des informations, deux possibilités sont offertes à l'animateur.

  1. Dans le questionnaire il y a des gens qui ont signifié clairement qu'ils avaient déjà emprunté à une "connaissance" et le texte qui suit sert de point à la discussion

     ou bien

  2. Aucun répondant n'a signifié qu'il avait déjà emprunté à un "shylock" et c'est l'animateur qui ouvre la question avec le texte qui suit.

SHYLOCK

"UN SHYLOCK, C'EST CETTE PERSONNE QUI VOUS PRÊTE DE L'ARGENT ET QUI VOUS DEMANDE EN GARANTIE NON PAS VOTRE MAISON OU VOTRE AUTOMOBILE, MAIS VOTRE PEAU."[1]

Gérard, 35 ans, était travailleur syndiqué depuis sept ans dans une importante compagnie de transformation située à Montréal. Gérard s'était créé des besoins un peu spéciaux (cocaïne dans son cas, jeu pour l'un, divorce pour l'autre) et avait un pressant besoin d'argent.

N'arrivant plus à suffire à ses besoins malgré son emploi rémunérateur, Gérard fit la connaissance, un soir dans une taverne pareille aux autres, d'un certain Jacquot, dit la "banque mobile".

Cette rencontre fut, à n'en pas douter, celle qui lui laisse encore, malgré les deux années écoulées, le plus de regret et d'amertume de toutes celles qu'il a pu faire au cours de sa jeune vie.

Le cas de Gérard n'est qu'un exemple parmi tant d'autres personnes qui ont, un jour ou l'autre, fait affaire avec un "shylock".

Un "shylock" est cette personne qui vous prête de l'argent et qui vous demande en garantie non pas votre maison ou votre automobile, mais votre peau. En d'autres termes, il s'agit d'un prêteur usuraire.

Des profits énormes

D'après la Commission d'enquête sur le crime organisé (CECO) maintenant démantelée, les bénéfices estimés de façon conservatrice se chiffraient, en 1976, à la somme de 40 millions de dollars.

Ils prêtent à des taux variant entre 10 et 150 % par semaine. Ainsi, pour chaque 100 $ prêté, le "shylock" fera, d'après les enquêteurs de la CUM, un profit annuel de 1 000 $.

Pour illustrer ces profits monstres, disons que Gérard qui, en 1982, a emprunté 3 500 $ devrait aujourd'hui la somme de 8 000 $, malgré qu'il ait déjà remboursé 2 000 $ sur son prêt. Comme disait un criminel notoire lors des audiences de la CECO: "le shylock c'est comme le téléphone... on devient abonné à vie."

---

(1) FAFARD, Jean-Pierre, Méfiez-vous-Shylock, "S'en Sortir", Volume 7, numéro 3, juin 1984.

Méthodes d'encaissement

Ces "banques ambulantes" prêtent rapidement de l'argent. Aucune entente, aucune garantie n'est exigée. Une simple poignée de main suffit. La discrétion semble totale sauf si vous faites défaut de payer à l'échéance. A ce moment, toutes vos relations d'affaires et personnelles pourraient être mises au courant. Il vous téléphonera en pleine nuit, il harcèlera votre famille et ira même jusqu'à vous relancer sur les lieux de votre travail.

Gérard a eu à subir tout ce harcèlement. Il n'osait plus rentrer chez lui de crainte d'y trouver son prêteur. Ils (le "shylock" et ses fiers-à-bras) l'ont même attendu à la sortie de son travail tous les jeudis (jour de paie) pendant un certain temps. Il devait alors endosser son chèque et le leur remettre. Il ne lui restait rien pour vivre. Puis, il en a eu assez de travailler pour son "shylock". Il a perdu le goût au travail. Il s'absentait souvent et quitta facilement son emploi syndiqué pour se sauver dans une autre province.

Je ne sais plus où se trouve Gérard présentement mais comme il me le disait: "je vais partir assez longtemps pour qu'il m'oublie". Mais lui Gérard n'oubliera pas. Il a vécu deux années dans la peur; il a fait des cauchemars, des cauchemars qui lui rappelaient sa triste réalité. En fait, il était traqué jour et nuit; il ne s'appartenait plus.

La violence fait partie du programme

Si vous ne payez plus, le prêteur usuraire deviendra agressif. Il vous intimidera au début et si cela ne fonctionne pas, il n'hésitera pas à user de violence. Gérard a lui aussi subi des sévices.

Ils lui ont cassé (en plus de la gueule) un bras et trois côtes et ce, la veille de Noël.

Le meurtre est néanmoins plutôt rare car on ne tue pas la poule aux oeufs d'or.

Dans certains cas, on y aura recours si le "shylock" a eu la brillante idée de vous faire prendre une assurance-vie à son nom. Ainsi, l'emprunteur vaut plus cher mort que vivant.

- Ce texte est distribué à tous les participants. Ils le lisent. Cela serait peut-être un bon moyen d'encourager une lecture à haute voix, permettant aux lecteurs moins habiles de comprendre l'essentiel de l'article. Quelques questions utilisées comme déclencheurs peuvent marquer le départ de la discussion.

  . Est-ce que vous connaissez des gens qui ont déjà eu un pressant besoin d'argent?

  . Est-ce que vous connaissez des personnes qui ont déjà fait appel à un shylock?

    . Dans le texte on dit: "Un shylock est cette personne qui vous prête de l'argent et qui vous demande en garantie non pas votre maison ou votre automobile, mais votre peau". Pensez-vous que c'est vrai? que ce n'est pas exagéré un petit peu?

  . On dit que les méthodes d'encaissement des shylocks sont souvent assorties de menace de violence et de harcèlement. Trouvez-vous que c'est réel?

  . Qui, pensez-vous, peut faire appel à un shylock?

  . Pensez-vous qu'il est possible de faire autrement quand on est pris dans une situation de besoin pressant d'argent? Pouvez-vous proposer d'autres solutions?

- Cette discussion a surtout pour but de présenter des faits pour permettre aux participants de les remettre en question, de se situer par rapport à eux, de parler du "shylocking".

- Il serait intéressant que les gens soient amenés à écrire un court texte sur les solutions qu'ils préconisent au sujet du shylocking. Après cette activité, il deviendrait objet de discussion et il pourrait être comparé aux solutions proposées par l'auteur, dans la suite de son article.

- L'animateur présente alors la fin du texte qui suggère certaines solutions.

Des alternatives

Avant d'aller vous mettre dans les griffes d'un "shylock", assurez-vous de faire le tour des ressources disponibles. Allez voir vos amis et parents. Rendez visite aux institutions religieuses. Prenez rendez-vous avec votre gérant de banque. Si vous possédez une police d'assurance-vie entière avec valeur de rachat, il vous est possible d'emprunter une certaine somme sur cette police.

Si toutes ces démarches demeurent infructueuses, vous pouvez toujours, en dernier ressort, aller voir ces "requins de la finance" que sont les compagnies de finance (comme AVCO et HFC). Leurs taux d'intérêt (entre 20 % et 40 % par année) ne sont pas usuraires au sens de la loi. Un taux d'intérêt devient usuraire s'il dépasse 60 % annuellement (art. 309 du Code criminel). Ces "shylocks" légalisés n'usent pas de violence mais ils se servent allègrement des techniques de harcèlement et d'intimidation. Mais au moins, on sauve sa peau. D'ailleurs, en d'autres circonstances, l'ACEF dénonce les pratiques des compagnies de finance.

Une dette dont on ne peut se libérer

Si malgré tout, vous avez déjà fait affaire avec un prêteur usuraire, vous pouvez allez rencontrer un enquêteur de la section spéciale de la police de la CUM (tél. 934-6101). Il semblerait qu'il soit très rare qu'un "shylock" revienne contre son dénonciateur. Vous pouvez aussi, dans le cas où on aura usé de violence à votre endroit, porter plainte pour assaut contre votre personne.

Dites-vous bien que, si vous ne pouvez plus rencontrer les paiements que votre prêteur vous demande, vous ne vous débarrasserez de cette dette que si vous faites appel à la police.

Gérard, dont le nom a été changé pour ne pas le mettre en cause, a téléphoné à l'ACEF à plusieurs reprises pour demander de l'aide. L'ACEF ne pouvait rien pour lui. On ne peut pas se libérer de ce genre de dette en faisant faillite. Il s'agit d'une dette illégale.

En définitive, méfiez-vous toujours du crédit trop facile. C'est celui qui vous coûtera le plus cher.

Si vous désirez en savoir plus long sur le crédit, voici quelques suggestions de lecture:

ACEF DE L'EST, Méfiez-vous-Le temps c'est de l'argent... mais pour qui, février 1984, journal de l'Acef de l'est

ACEF DE L'EST, Or la loi - Les prêts à intérêt variable ou l'art d'emprunter à l'aveuglette, février 1984, journal de l'Acef de l'est

BOLDUC, Andrée, Comment faire un succès, "S'en Sortir", Volume 6, numéro 4, novembre 1983

BOLDUC, Andrée, Les saisies il faut en prendre et en laisser, "S'en Sortir", volume 6, numéro 2, juin 1983

COTE, Louise, Le crédit, matériel pédagogique produit en collaboration avec l'O.P.C., mai 1985

FAFARD, Jean-Pierre, Les bureaux de crédit: là où on sait si votre nom est bon...., "S'en Sortir", volume 7, numéro 4, septembre 1984

ROBILLARD, Claude, Il faut repenser des solutions aux problèmes de l'endettement, "S'en Sortir", volume 6, numéros 5-6, décembre 1983

ROBILLARD, Claude, Légaré et Woodhouse, le crédit et la saisie faciles, "S'en Sortir", volume 6, numéros 5-6, décembre 1983

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS

FÉVRIER-MARS

SIGNE... SIGNE PAS???

Selon les délais prévus par la loi, la majorité des locataires reçoivent au cours du mois de février une lettre recommandée les avisant de l'augmentation de loyer que le propriétaire compte leur imposer.

Au cours du mois qui suit, en mars, les locataires doivent réagir à la proposition du propriétaire. Signe... signe pas? veut traiter de ce sujet "chaud" de cette période de l'hiver: le renouvellement du bail.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
Découvrir et comprendre que bail = contrat	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- se familiariser avec toutes les composantes d'un bail . clauses . signatures . tableaux . avis	- être en mesure de lire un bail et de le remplir	- apprendre à faire des chèques
	- écrire les mois de l'année; les chiffres en lettres	- apprendre à remplir des bordereaux de carnet de chèques
- comprendre les implications des: . propriétaire et . locataire en fonction du bail qu'ils ont signé	- comprendre les clauses concernant les dispositions obligatoires du bail	
- se familiariser avec les démarches à faire et les délais à respecter lors du renouvellement d'un bail	- se mettre au courant des démarches: a) écrire une lettre-type refusant l'augmentation de loyer b) faire "recommander" son courrier	- calculer des délais en tenant compte de la loi (se situer en fonction des dates)

MISE EN SITUATION

Nous avons choisi d'étudier le bail car plusieurs participants à nos ateliers se sentent désemparés en cette période de l'année où il faut prendre de graves décisions en matière de logement. Pour certains, il s'agit d'une lutte à gagner contre leur propriétaire; d'autres se sentent quasi impuissants face à ces démarches de renouvellement ou de la signature de bail. Pour notre part nous croyons que dans bien des cas, la méconnaissance ou du contenu du bail, ou des démarches est à l'origine du mécontentement de plusieurs locataires, ou de leurs erreurs de choix.

Nous proposons donc d'aborder ce problème selon la démarche suivante, à l'aide d'un cas "type":

I) UN BAIL QU'EST-CE QUE C'EST - COMMENT EST-IL FAIT?

II) QU'EST-CE QU'IMPLIQUE LA SIGNATURE D'UN BAIL?

III) RESPECTER LES CLAUSES D'UN BAIL.

I) UN BAIL, QU'EST-CE QUE C'EST?

Nous suggérons à l'animateur de se procurer plusieurs copies d'un "bail-type". La façon la plus simple de les avoir est de faire appel à la Régie du logement de leur région ou encore au comité logement de leur quartier. Ils peuvent également obtenir chez "l'Éditeur officiel du Québec" copie d'un bail détaillé.

Avant même de distribuer les copies du bail, l'animateur présente son sujet:

- "Aujourd'hui, cette semaine, nous allons nous familiariser avec un type de contrat que la plupart d'entre nous avons signé ou signerons au moins une fois dans notre vie..."

  a) Pouvez-vous me nommer des sortes de contrats que vous avez déjà signés?

  b) Est-ce que vous pouvez me dire ce que cela implique de signer un contrat?

- Les deux notions qui nous semblent importantes à faire ressortir par ces questions sont:

  1° Un contrat, c'est un ensemble de dispositions légales que prennent des individus qui veulent <u>convenir d'un engagement</u> entre eux.

  Ex.: contrat de mariage
  contrat de travail
  contrat de vente, etc.

  2° Les personnes qui signent un contrat, ont des <u>obligations respectives</u> les unes envers les autres ainsi que des droits.

- Donc un bail = contrat liant un locataire et un locateur (propriétaire)

NOTA BENE: <u>Tous les locataires et tous les propriétaires, qu'ils aient signé un bail ou non, doivent respecter les dispositions obligatoires</u> prévues dans un bail.

- Après avoir ressorti les deux notions mentionnées précédemment, l'animateur distribue une copie de bail à chaque participant.

  Un bail est constitué de trois parties:

  1° Partie à remplir par le propriétaire et le locataire (p. 1)

  2° Le texte de loi portant sur les dispositions obligatoires (p. 2-3)

  3° Tableau des avis impliquant ou le propriétaire ou le locataire (p. 4)

- Les participants sont invités à examiner la copie qu'ils ont en main. Il serait intéressant de schématiser ce que contient le bail de façon qu'au départ, les gens aient une vue d'ensemble de ce document.

SCHÉMA D'UN BAIL			
INFORMATIONS	DISPOSITIONS OBLIGATOIRES*		LES AVIS
. propriétaire . locataire . lieux . durée . coût du loyer	. loyer . obligations du propriétaire	. l'accès au logement et la visite . la sous-location et la cession de bail	. délais d'avis de modification . délais d'avis de non-prolongation . avis au nouveau locataire
. clauses supplémentaires	. obligations du locataire	. renouvellement de bail et augmentation de loyer	. avis au locataire
. signature . ville . date . propriétaire . locataire	. les réparations	. avertissement	. avis au propriétaire . particularités
1.	2.	3.	4.

* Rappelons que ces dispositions s'appliquent qu'un bail ait été signé ou non.

La page 1 du bail ne contient pas seulement un formulaire à remplir. Il faut également tenir compte de tout ce qui a trait à la rubrique: La signature du bail.

Quatre éléments y sont mentionnés:

1° Règlements de l'immeuble

Dans certains cas, les propriétaires ont des règlements d'immeuble qui régissent l'utilisation des services. Ces règlements sont, en quelque sorte, des clauses supplémentaires que le propriétaire prévoit inclure dans l'entente qu'il va signer avec le locataire.

C'est pourquoi il est important de s'informer avant la signature du bail s'il existe, pour le logement qu'on veut louer, de tels règlements.

2° La remise du bail

Lorsqu'on signe un bail ou qu'on prend une entente de vive voix avec un propriétaire, il faut savoir que le propriétaire doit remettre au locataire une copie écrite de l'entente qu'ils ont prise. Dans le cas d'un bail, le propriétaire a 10 jours pour le faire.

3° La langue du bail

Le bail et les autres documents qui l'accompagnent sont écrits en FRANÇAIS; mais le propriétaire et le locataire peuvent prendre une entente pour qu'il soit rédigé dans une autre langue qu'ils comprennent tous les deux.

4° Les avis

Quand on signe un bail, il y a certains avis qui peuvent le compléter (p. 4). Ces avis doivent être remplis par les personnes qui sont concernées.

L'important à retenir c'est que:

- TOUS LES AVIS (INCLUANT CEUX DE LA PAGE 4 DU BAIL) DOIVENT ÊTRE DONNÉS PAR ÉCRIT.

- L'OBLITÉRATION POSTALE TIENT LIEU DE DATE D'EXPÉDITION ET DE RÉCEPTION DE L'AVIS.

Mais prenons un cas concret; un bail ça peut vouloir dire quoi?

Première partie du bail: à remplir par le propriétaire et le locataire. Cette partie donne des renseignements sur les deux parties en cause, leurs adresses respectives, le coût du loyer, etc.

MISE EN SITUATION

Supposons que Jeanne Lefebvre qui habite au 92, rue Ontario Est, à Montréal désire louer un logement appartenant à monsieur Jean Faubert qui habite, lui, au 252, chemin Lévis, à Québec. Le logement que veut louer Jeanne est situé au 301, rue Berri, à Montréal. Monsieur Faubert est d'accord pour lui louer ce logement à condition que le loyer soit de 250 $ par mois et que Jeanne n'ait pas d'animaux. Le bail durera toute l'année 1985-1986, du mois de juillet au mois de juin. De son côté Jeanne est d'accord avec monsieur Faubert, mais en visitant le logement elle a remarqué qu'il avait besoin d'être repeint.

S'ils voulaient maintenant remplir la 1re partie du bail, comment procéderaient-ils?

Sachant que:

a) le numéro de téléphone de Jeanne est: (514) 222-3333
b) le numéro de téléphone de Monsieur Faubert est: (418) 777-5555
c) Monsieur Faubert veut bien payer la peinture pour le logement
d) L'entente qu'ils prennent se fait le jour de la Saint-Valentin!

Avec cet exemple les participants sont invités à remplir la page 1 du bail. Il serait bon de prévoir des photocopies de cette page en vue de refaire l'exercice à partir de la situation des participants. En effet, nous suggérons de planifier quelques autres exemples à partir des informations contenues dans le bail de chaque participant de l'atelier. De cette manière, ils seront en mesure d'intégrer davantage la notion abordée.

Nous suggérons de présenter des réponses aux participants, ce qui leur permettra de comparer ce qu'ils ont inscrit avec ce qui doit l'être. Avec la correction de cet exercice, un relevé de tout ce qui importe d'être indiqué à la page 1 est fait.

SUGGESTIONS DE RÉPONSES

BAIL

Entre le propriétaire	et le locataire
Jean Faubert (nom)	Jeanne Lefebvre (nom)
252, chemin Lévis (adresse)	92, Ontario Est (adresse)
Québec (418) 777-5555 (no de téléphone)	Montréal (514) 222-3333 (no de téléphone)

DÉSIGNATION DES LIEUX

Le propriétaire, par le présent bail, loue au locataire les lieux situés au 301, rue Berri, Montréal

UTILISATION DES LIEUX

Ces lieux seront utilisés comme logement.

DURÉE

Le présent bail a une durée de 12 mois, commençant le 1er jour de juillet 1985 jusqu'au 30e jour de juin 1986

LOYER

Le présent bail est fait pour la somme totale de trois mille dollars (3 000 $) que le locataire paiera au propriétaire en versements égaux mensuels et consécutifs de deux cent cinquante dollars (250 $), chacun étant payable le 1er jour de chaque mois.

LA SIGNATURE DU BAIL

Règlement de l'immeuble
La remise du bail
La langue du bail
Les avis

CLAUSES SUPPLÉMENTAIRES

- pas d'animaux
- peinture fournie par le propriétaire

En foi de quoi, j'ai signé à Montréal ce 14e jour de février 1985

Propriétaire

Locataire

II) QU'EST-CE QU'IMPLIQUE LA SIGNATURE D'UN BAIL

Deuxième partie du bail: celle des dispositions obligatoires contenues à la page 2 et à la page 3. Cette partie renseigne Jeanne et Jean sur ce à quoi ils se sont engagés en signant la page 1 du bail.

LE LOYER (p. 2)

1. Jeanne s'est engagée à payer à Jean un montant de 250 $ le 1er de chaque mois. Elle peut le faire de deux façons:

   - faire un chèque au nom du propriétaire
   - payer en argent comptant en échange d'un reçu

   Comme le propriétaire n'habite pas Montréal, Jeanne a choisi de payer par chèque.

2. Jeanne va payer 3 000 $ de loyer pour toute l'année et elle va le faire en paiements égaux.

3. Jean Faubert, parce qu'il habite à Québec, demande à Jeanne de lui faire une série de 12 chèques de 250 $ postdatés (fait avant la date où le chèque sera changé). Jeanne a le droit d'accepter ou de refuser cet arrangement que lui propose le propriétaire.

4. Pour être certain que Jeanne ne change pas d'idée, Jean Faubert lui demande de payer d'avance (donc maintenant) le loyer d'un mois. Jeanne voudrait refuser mais elle ne peut pas. Le propriétaire a le droit de l'exiger. Par contre il ne peut rien exiger de plus (ni dépôt, ni montant au-dessus de 250 $).

Ces quatre articles ont trait au paiement du loyer. Comme nous l'avons mentionné, il y a plusieurs choix possibles de paiement d'un loyer. Il serait souhaitable, pourtant, de s'attarder à une possibilité: le paiement par chèque. Plusieurs participants ne font jamais de chèques et seraient bien embêtés s'ils devaient sans aucune préparation, avoir recours à ce mode de paiement.

MÉTHODOLOGIE

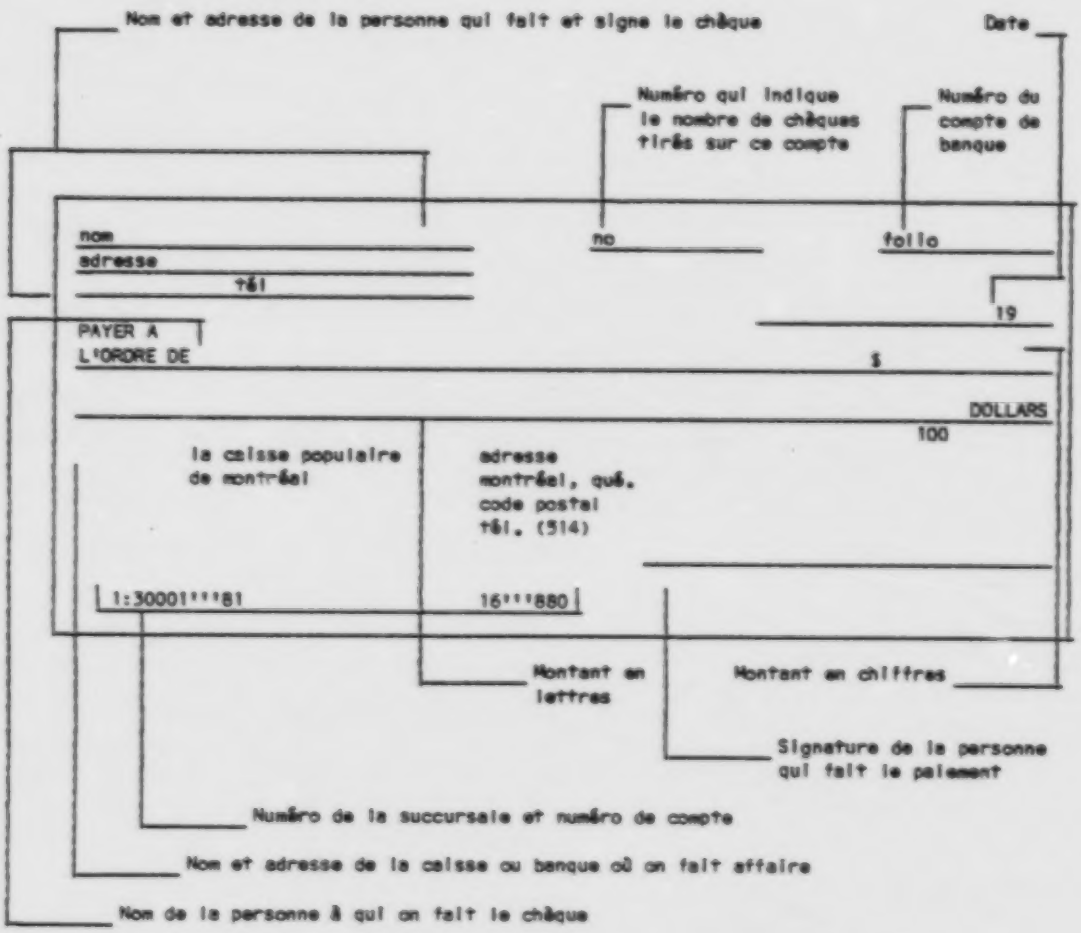
- Dans un premier temps il est souhaitable de présenter comment est constitué un chèque et ce que représentent toutes les mentions qui y figurent. Mais ce n'est pas tout d'apprendre à remplir un chèque, il importe également de comprendre et d'utiliser les bordereaux qui l'accompagnent: c'est une deuxième étape.

- Après avoir assimilé ces notions, les participants sont invités à les mettre en pratique, à partir du cas de Jeanne présenté précédemment.

  Divers problèmes amèneront les participants à faire des opérations mathématiques et à appliquer ce qu'ils viennent de comprendre.

- Finalement les participants seront invités à faire quelques exercices s'appliquant directement aux pages 2 et 3 du bail-type.

A) Examinons un chèque



B) Dans un carnet de chèques il y a aussi des bordereaux qui nous aident à maintenir les informations de notre compte de banque à jour.

Quelles informations pouvons-nous y retrouver et comment procéder dans la mise à jour?

Dans l'exemple qui suit, il y a 6 éléments qui peuvent être indiqués sur le bordereau. Voyons lesquels:

DATE		NO.	DÉTAILS	CHÈQUES			DÉPÔTS		SOLDE	

1 Date : On indique le jour et le mois où l'on a fait une transaction bancaire que ce soit un chèque ou un dépôt.

2 No. : Quand on fait un chèque on inscrit son numéro dans cette colonne, on va retrouver tous les numéros des chèques qu'on a fait (et combien on en a fait)

3 Détail : Cette colonne peut nous rappeler à qui on a fait un chèque, pourquoi ou bien encore, d'où viennent les dépôts qu'on a faits (ex.: allocations familiales, salaire, etc.)

4 Chèques: On inscrit dans cette colonne le montant, en chiffres, du chèque qu'on a fait.

5 Dépôts : On inscrit dans cette colonne, le montant qu'on dépose à la banque.

6 Solde : Le solde c'est ce qui nous reste dans notre compte lorsqu'on fait un chèque ou lorsqu'on dépose de l'argent.

- Quand on fait un chèque on soustrait le montant de notre chèque du solde qui est indiqué (-).
- Quand on fait un dépôt on additionne le montant du dépôt au solde qui était indiqué (+).

EXERCICES - PARTIE 1 DU BAIL

1. Jeanne Lefebvre fait un chèque de 250 $ à Jean Faubert lorsqu'elle signe son bail. Elle a 600 $ en banque, son numéro de compte est 145.

   a) Faites le chèque que Jeanne doit faire

R.:

nom Jeanne Lefebvre
adresse 92, Ontario est
Montréal tél 843-3620

no 1

folio 145

14 février 1985

PAYER A L'ORDRE DE Jean Faubert $ 250

— deux cent cinquante — •• DOLLARS 100

la caisse populaire de montréal

adresse montréal, qué.
code postal
tél. (514)

Jeanne Lefebvre

1:30001'''81 16'''880

   b) Remplissez son bordereau de carnet de chèques.

R.:

DATE		NO.	DÉTAILS	CHÈQUES	DÉPÔTS	SOLDE
						600
14	02	1	paiement loyer	250		350

   c) Combien lui reste-t-il d'argent à la caisse? (Quel est le solde de son compte de banque).

   Réponse: 600 $ - 250 $ = 350 $ (solde)

2. Durant la semaine du 20 février, Jeanne reçoit son chèque de chômage et ses chèques d'allocation familiale. Son chômage s'élève à 422 $ (pour deux semaines) et ses allocations familiales à 26,60 $.

a) Combien d'argent a-t-elle en tout? (Il ne faut pas oublier son compte de banque!)

Réponse: 350 $ (solde de banque) + 422 $ (chômage) + 26,60 $ (allocations familiales) = 798,60 $ (en tout)

b) Elle fait un dépôt de 360 $.

a) Remplissez son bordereau de carnet de chèques

b) A combien s'élève maintenant le solde de son compte de banque?

Réponse: a) Inclure l'information sur le bordereau rempli à la question 1.

b) 350 $ (solde précédent) + 360 $ (dépôt) = 710 $

c) Elle doit faire, le 22, un chèque de 25 $ à la garderie Zéfir. Faites le chèque que Jeanne doit remplir.

R.:

nom Jeanne Lefebvre
adresse 92, Outalia ...
Montréal tél 742. 3020

no 2

folio 145

le 22 février 1985

PAYER A L'ORDRE DE Garderie Zéfir

$ 25—

— Vingt-cinq — .. /100 DOLLARS

la caisse populaire de montréal

adresse
montréal, qué.
code postal
tél. (514)

Jeanne Lefebvre

1:30001'''81 16'''880

d) Le 28 février, elle fait un chèque de 200 $ à Monsieur Labelle, son actuel propriétaire. Remplissez ce chèque.

R.:

nom Jeanne Lefebvre — no 3 — folio 145
adresse 92, Ontario est
Montréal tél 843-3620

28 février 1985

PAYER A L'ORDRE DE M. Labelle — $ 200 —

— deux cents — •• 100 DOLLARS

la caisse populaire de montréal

adresse
montréal, qué.
code postal
tél. (514)

Jeanne Lefebvre

1:30001'''81 16'''880

e) Indiquez tous les chèques qu'elle a fait et trouvez le nouveau solde de son compte de banque.

R.:

DATE		NO.	DÉTAILS	CHÈQUES			DÉPOTS		SOLDE	
14	02	1	Jean Faubert	250					350	
20	02		dépôt Chômage				360		710	
22	02	2	garderie	25					685	
28	02	3	M. Labelle	200					485	

Ces exercices pourraient être réalisés à partir de véritables carnets de banque. En ce qui nous concerne, nous avons obtenu la collaboration de notre caisse populaire de quartier lorsque nous avons fait appel à son aide pour obtenir de véritables carnets de chèques. Il est plus intéressant et probablement plus formateur pour les participants d'avoir à remplir de vrais chèques et de vrais bordereaux.

EXERCICES - PARTIE 2 DU BAIL

Pour faire l'exercice qui suit, servez-vous de la page 2 du bail-type.

Vrai ou faux

	VRAI	FAUX
. Jeanne peut payer son loyer n'importe quelle journée du mois, sans en aviser son propriétaire.		X
. Jean, le propriétaire, a le droit d'exiger des chèques postdatés pour les loyers de toute l'année.		X
. Le propriétaire a le droit de refuser de faire désinfecter le loyer d'un locataire.		X
. Quand un nouveau propriétaire achète une bâtisse, il peut décider de ne pas respecter le bail avec le locataire.		X
. Le locataire est tenu de se conformer aux obligations sur la sécurité et la salubrité.	X	
. Le locataire peut entreprendre une réparation urgente s'il n'a pas réussi à aviser le propriétaire ou si le propriétaire, après avoir été avisé n'a rien fait.	X	
. Les réparations urgentes et essentielles sont aux frais du locataire.		X

A- Compléter les phrases suivantes à l'aide de la page 3 du bail-type.

- Le locataire ne peut sous-louer son logement (...) sans le consentement du propriétaire.
- Le propriétaire qui refuse la sous-location ou la cession doit, dans les 10 jours, aviser le locataire.
- Le locataire peut exiger la présence du propriétaire ou de son représentant au cours de la visite du logement par un locataire ou un acquéreur éventuel.
- Le locataire doit donner accès au logement au propriétaire ou à son représentant pour lui permettre d'y effectuer une réparation.

B- Remettre en ordre les mots suivants:

. ca - lo - tion	location
. ge - ment - lo	logement
. pri - tai - re - é - pro	propriétaire
. si - vi - te	visite
. vis - a	avis
. lai - dé	délai
. tai - lo - ca - re	locataire

> **S'il y a des changements qui doivent survenir, le locataire et le propriétaire doivent s'en aviser mutuellement, selon les délais prévus par la loi.**

> **On doit respecter la loi, mais il ne faut jamais oublier que le bail est un contrat qui doit satisfaire les deux parties.**

Le but des deux exercices suivants est de vérifier si les participants ont compris l'essentiel de ce qu'est un bail. En les exécutant, ils seront en mesure de réviser, remettre en question leur perception et de la modifier.

C- Trouvez ce que veulent dire les expressions suivantes:

- **le terme d'un bail** : c'est le temps que va durer la location du logement
- **donner un avis (aviser)**: envoyer une lettre qui contient les informations qu'on veut donner

- **un délai** : c'est le temps accordé, par la loi, pour envoyer les avis modifiant le bail

- **durée indéterminée** : quand on n'a pas loué pour une période de temps arrêtée, précise

- **augmentation** : mot qui veut dire que notre loyer va être plus élevé qu'au bail précédant

- **prolongation** : quand notre bail continue pour une nouvelle période, qu'il y ait changements ou non

D- **Qu'est-ce qu'il faut faire?**

a) Jeanne veut déménager. On est déjà en mars et Jeanne se dit que le temps "presse" pour se chercher un nouveau loyer.

Que doit-elle faire?

R.: Elle doit aviser son propriétaire qu'elle compte déménager donc ne pas renouveler son bail.

b) Jean a reçu un compte de taxes foncières qui est beaucoup plus élevé que l'année d'avant. Il décide d'envoyer un avis d'augmentation de loyer à Jeanne. Jeanne trouve l'augmentation excessive.

Que doit-elle faire?

R.: Elle doit aviser son propriétaire qu'elle refuse l'augmentation de loyer.

c) Le bail de Jeanne est prolongé pour douze mois consécutifs. Par contre, Marie Lou, la petite fille de Jeanne, a reçu un chaton en cadeau. Cela modifie l'entente que Jean et Jeanne avaient signée l'année d'avant.

Que doit-elle faire?

R.: Elle doit aviser son propriétaire qu'il y a un changement aux clauses supplémentaires.

d) Le voisin de l'étage au-dessus a fait involontairement déborder sa baignoire. L'eau a coulé sur le poêle à gaz de Jeanne et provoque de gros dommages. Le poêle ne fonctionne plus. Jeanne essaie de rejoindre son propriétaire depuis deux jours mais n'y parvient pas.

Que doit-elle faire?

R.: Elle fait réparer les dégâts et présentera les factures au propriétaire.

III) RESPECTER LES CLAUSES D'UN BAIL

Maintenant que les dispositions obligatoires ont été vues (pages 2 et 3 du bail-type), que les implications générales dues à la signature du bail ont été comprises, il s'agit de regarder ce qu'implique la troisième partie du bail dans laquelle on retrouve les tableaux des avis.

Dans cette partie les animateurs auraient intérêt à aborder, avec les participants, la notion de courrier recommandé.

Troisième partie du bail: Les avis dont il faut que Jean et Jeanne tiennent compte et les délais qu'ils doivent respecter. (tableau des avis)

Peu de gens se préoccupent de cette troisième partie du bail. Est-ce parce qu'elle ne semble pas s'appliquer directement à l'entente prise par le propriétaire et le locataire? Est-ce qu'elle ne semble contenir que des détails peu importants? La réalité prouve pourtant le contraire. Quoi qu'il en soit, il nous semble essentiel que les apprenants se familiarisent avec les délais à respecter ainsi qu'avec les avis dont il est question à la page 4 d'un bail-type.

A. Tableau des délais d'avis de modification au bail

Il faut retenir 3 choses principales:

1° Que le délai d'avis de modification dépend de la durée du bail (entre 1 et 2 mois et 3 et 6 mois).

2° Que le locataire n'a qu'un seul délai fixe: 1 mois (à compter de la date d'oblitération de la poste) pour réagir par écrit à un avis de son propriétaire (sinon c'est qu'il accepte la proposition de son propriétaire).

3° Que le propriétaire n'a qu'un seul délai fixe: 1 mois pour contester à la Régie l'avis de refus du locataire.

Prenons le cas de Jeanne et de Jean

Jeanne reçoit le 28 février 1986 une lettre recommandée qui l'avise que Jean veut augmenter son loyer de 15 $ par mois pour l'année suivante (du 1er juillet 1986 au 30 juin 1987). Jeanne trouve l'augmentation trop haute mais elle désire continuer à habiter ce logement-là.

L'enveloppe qu'elle reçoit est oblitérée du 27 février 1986 et la lettre que Jean lui écrit est datée du 26 février 1986.

Jeanne s'informe de ses droits à la Régie du logement et rencontre le comité logement de son quartier. Toutes ces démarches lui ont pris beaucoup de temps.

Le 27 mars, elle va au bureau de poste et fait recommander un avis de refus qu'elle poste à Jean.

Le lendemain elle reçoit un téléphone de Jean qui lui dit qu'elle a dépassé les délais prévus et que dans ce cas il considère qu'elle a accepté l'augmentation de loyer qu'il lui proposait.

Écoutons la conversation

- Oui allô!

- Bonjour Jeanne, écoute euh... je viens de recevoir ta lettre recommandée. Tu as dépassé les délais prévus hein, parce que moi je t'ai écrit il y a un peu plus d'un mois, c'était le 26 février.

- Oui, je le sais Jean, j'ai ta lettre devant moi. Mais vois-tu, le timbre porte une étampe qui est datée du 27 février, contrairement à ce que tu penses, j'ai respecté les délais, j'ai posté ma lettre hier, le 27 mars.

- Je ne suis pas d'accord, il aurait fallu que tu l'envoies plus tôt parce qu'il fallait que j'aie ta réponse avant le 26 mars. Moi je maintiens l'augmentation de loyer.

- Écoute Jean, je me suis renseignée à la Régie du logement et à mon comité logement et aux deux places ils m'ont dit que j'avais jusqu'au 27 mars pour t'envoyer mon avis de refus. Renseigne-toi donc, on s'en reparlera après.

- Moi je pense que tu as tort Jeanne. Puis je vais me renseigner à part ça... On s'en reparlera!

- C'est ça Jean, on s'en reparlera...

MÉTHODOLOGIE

L'animateur peut inviter deux participants à jouer les rôles de Jean et Jeanne, en demandant au reste de l'atelier de réagir à ce qu'ils entendent.

Ou bien

Un participant lit le court texte narratif et l'animateur lance la question suivante:" Qui des deux a raison selon vous?"

A la suite de la discussion, les participants sont invités à consulter à la page 4 du bail, le tableau des délais d'avis de modification du bail ainsi que les articles 31 à 39 de la page 3 qui traitent de ce sujet. Ils doivent alors retrouver les articles de loi où les mentions faites dans le bail qui appuient leur réflexion pour déterminer qui a raison... Une information pertinente est contenue à la page 1 du bail à l'item "Les avis".

Le premier tableau des délais concernant les avis de modification de bail a été vu. Il ne faut pourtant pas oublier les quelques milliers de locataires qui, chaque année, décident de ne pas prolonger leur bail et de déménager. Eux aussi ont des délais à respecter.

Pour faire découvrir ces délais nous proposons l'exercice qui suit, formulé sous forme de questions auxquelles les participants doivent répondre en cherchant des éléments de réponse dans les tableaux d'avis de la page 4.

Nous croyons qu'à cette étape-ci de la démarche, les participants sont suffisamment familiarisés avec ce qu'est un bail, pour pouvoir s'en servir comme d'un outil de travail.

MÉTHODOLOGIE

L'animateur pourrait aborder l'exercice de la façon suivante: à chaque participant il donne une liste des questions posées ainsi qu'un calendrier de l'année en cours.

Nous proposons que l'exercice soit présenté comme un complément d'information:

> "Nous avons examiné toutes les parties d'un bail. Tout le long de notre démarche, nous avons parlé d'un cas précis: Jean Faubert, le propriétaire et Jeanne Lefebvre, la locataire.
>
> Leur bail était d'une durée fixe de 12 mois. Cela n'a pas d'influence sur la signature, sur les dispositions générales. Par contre quand on veut comprendre les délais qu'il faut respecter; il faut tenir compte de la durée du bail.
>
> A ce sujet, à la page 4, on va faire comme un genre de recherche. Vos outils: la page 4 du bail, un calendrier, une liste de cas et votre raisonnement."

Le but de cet exercice est d'une part de familiariser les participants aux types de lettres qu'ils sont susceptibles de recevoir ou d'envoyer à la fin d'un bail et d'autre part de les amener à constater que tous les cas sont particuliers et méritent réflexion.

L'animateur pourrait suggérer que cet exercice se fasse en équipe. Pour chaque cas, répondre à ces deux interrogations:

a) Quels délais doivent respecter ces différentes personnes?

b) Que doit-il y avoir dans les avis qu'elles vont poster? (écrire une lettre-type pour chaque cas)

Les réponses à ces trois cas sont présentées en annexe.

Premier cas:

Jacques et Louise Vincent habitent au 12, rue Panet à Montréal. Ils ont signé un bail de 6 mois avec Luc Lebel qui habite au 10, rue Lafond à Montréal. Cela fait trois mois qu'ils restent dans leur nouveau logement. Ils désirent déménager et veulent en aviser Luc, leur propriétaire. Leur bail se termine le 1er juillet 1986.

a) Quand doivent-ils envoyer leur avis à Luc?

b) Écrivez la lettre qu'ils doivent envoyer.

Deuxième cas:

Claude Jean a un bail à durée indéterminée. Il habite 15, rue Soulange. Son propriétaire l'a avisé qu'il demandait une augmentation de loyer. Claude veut refuser cette augmentation. Il a reçu la lettre de son propriétaire, datée du 11 mars 1986, disant qu'il y aura une augmentation de 15 $ par mois à compter du 11 mai 1986.

a) Combien de temps a-t-il pour prévenir son propriétaire?

b) Écrivez la lettre que Claude doit faire parvenir à son propriétaire.

Troisième cas:

Gilles Labbé habite Québec. Il est propriétaire d'un bloc d'appartements situé à Lévis, au 422, rue Québec. Il désire aviser tous ses locataires qui ont un bail fixe de 12 mois de 350 $, qu'il désire augmenter leur loyer de 12 $ par mois. Les baux se terminent tous le 1er juillet 1986.

a) A quel mois peut-il envoyer son avis?

b) Écrivez cet avis en n'oubliant pas les informations pertinentes qu'il doit contenir.

Quand aux trois avis contenus à cette page 4 du bail-type nous suggérons que l'animateur en fasse lecture aux participants en leur demandant d'expliquer, dans leurs mots, l'essentiel de chacun d'eux.

Par contre il serait bon de souligner l'utilité de chaque avis à savoir:

1° Avis au nouveau locataire

. cet avis renseigne le nouveau locataire du coût mensuel du loyer payé par son prédécesseur, il peut servir dans le cas où le nouveau locataire voudrait contester l'augmentation du loyer qu'il assume.

2° Avis au locataire

. cet avis concerne tous ceux qui habitent soit dans une coopérative d'habitation soit dans un immeuble neuf de moins de 5 ans et leur dit qu'ils ne peuvent pas contester une augmentation de loyer s'ils désirent prolonger leur bail.

3° Avis au propriétaire

(déclaration de résidence familiale)

. cet avis annonce au propriétaire que le logement dont il est question dans le bail est la résidence principale de la famille qui l'habite.

Le locataire qui remplit cet avis veut dire que toutes les décisions concernant le bail seront prises avec le consentement du conjoint.

Finalement, certains cas sont particuliers et on retrouve, dans le bail détaillé de la Régie du logement, les articles qui les concernent.

Si vous désirez en savoir plus long concernant le bail, voici quelques suggestions:

Association des locataires de Côte-des-Neiges, Guide de recours légaux pour entretien et réparation, lois 107 et 41, Montréal.

Association des locataires de Côte-des-Neiges, Si vous déménagez, vous devriez savoir que..., 3600 Van Horne, suite 200, Montréal.

Front logement du sommet populaire de Montréal, Guide du locataire 1983, Les augmentations de loyer, supplément au Bulletin logement, vol. VI, no 1.

Régie du logement, Le Bail, Éditeur officiel du Québec, 1980.

Regroupement des comités de logement et associations de locataires, les grands thèmes de la loi régissant le logement, vol. 1 et 2.

Regroupement des comités-logements et associations de locataires, Ce qu'il faut savoir quand on va à la Régie pour une augmentation de loyer.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS

ANNEXE 1 - PREMIER CAS

le 1er mai 1986

A : Luc Lebel

10, rue Lafond, Montréal

DE: Jacques et Louise Vincent

12, rue Panet, Montréal

Monsieur, madame,

Veuillez prendre note que je ne renouvelle pas mon bail pour un autre terme.

Veuillez communiquer avec moi pour tout arrangement concernant les visites de futurs locataires.

Bien à vous

Signature du locataire

Jacques et Louise doivent poster leur avis le 1er juin au plus tard.

ANNEXE 2 - DEUXIÈME CAS

le 20 mars 1986

A : Monsieur le propriétaire

adresse

DE: Claude Jean

15, rue Soulange

Monsieur, madame,

Je vous informe que je renouvelle mon bail, mais que je refuse l'augmentation de loyer et les changements que vous demandez.

Veuillez agir en conséquence.

Signature du locataire

Claude a un mois pour aviser son propriétaire. Comme il a reçu la lettre de son propriétaire (datée du 11 mars) le 12 mars, c'est le cachet de la poste qui compte. Il a donc jusqu'au 12 avril pour dire qu'il refuse.

ANNEXE 3 - TROISIÈME CAS

le 31 janvier 1986

Nom du propriétaire
Adresse du propriétaire
Ville

RECOMMANDÉ

Cher monsieur,

Veuillez prendre note que votre bail daté du 1er juin 1985 se termine le 1er juillet 1986 à l'adresse suivante: adresse de chaque locataire.

Nous serions heureux de renouveler votre bail pour la période de douze mois avec une augmentation mensuelle de 12 $ par mois portant votre total des loyers mensuels à trois cent soixante-deux dollars.

Si nous ne recevons pas votre réponse d'ici le 1er mars 1986 nous considérerons ce bail renouvelé pour le loyer de 362 $ par mois avec toutes les autres conditions et clauses demeurant telles que mentionnées dans le bail précédent daté du 1er juin 1985 pour le terme de douze mois.

Bien à vous,

_____

Signature du propriétaire

Gilles Labbé peut envoyer son avis de 3 à 6 mois avant la fin du bail. Il peut envoyer des avis aux mois suivants: octobre, novembre, décembre 85, janvier, février et mars 1986.

AVRIL

LES MÉDICAMENTS EN PRENNENT POUR LEUR RHUME

Les températures changeantes augmentent les risques de grippe. Le printemps est une période de l'année qui nous rend particulièrement sensibles aux rhumes et aux grippes. Quel est celui d'entre nous qui n'a pas souhaité découvrir un jour LE médicament miracle qui casse une grippe en deux temps trois mouvements? Les fabricants en profitent pour nous vanter les mérites de leurs produits par tous les moyens publicitaires. Le thème de ce mois veut traiter principalement de ce volet de consommation: les médicaments, les habitudes de consommation qui s'y rattachent ainsi que les endroits où ils se vendent.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- faire l'inventaire de sa pharmacie personnelle dans le but de se situer comme consommateur de médicaments	- dresser une liste des médicaments (prescrits ou non) qu'on possède	
- réfléchir sur ses besoins réels	- à partir d'un court texte, répondre à des questions s'y rapportant	
- analyser et critiquer son comportement en cas de rhume ou de grippe	- discuter, échanger en groupe	
- lister les annonces publicitaires qui influencent notre comportement vis-à-vis de la santé - prendre conscience du "marketing" des pharmacies		- "cataloguer les annonces publicitaires télévisées concernant les soins de santé . les thèmes qu'elles abordent . les fréquences auxquelles elles paraissent
- découvrir les soins à appliquer dans les cas de rhume et de grippe - devenir conscient que les médicaments sont des produits de consommation au même titre que d'autres		- visiter quelques pharmacies et dresser une liste du genre de produits qu'on y trouve

MISE EN SITUATION

Plusieurs participants à nos ateliers sont de grands consommateurs de médicaments. Il nous semble opportun de démythifier un certain nombre d'entre eux parfois décriés par les médecins eux-mêmes: les médicaments contre le rhume ou la grippe.

- L'animateur cherchera à distinguer les sortes de médicaments: ceux qui sont prescrits par le médecin et ceux qui sont en vente libre.

Aussi dans un premier temps l'animateur amorce ce thème par les questions suivantes:

> "Quels sont ceux qui, parmi vous, utilisent, consomment des médicaments?
>
> Quels sortes de médicaments prenez-vous?"

- L'animateur peut reprendre les informations données par le groupe en les classant selon deux critères:

Les médicaments obtenus sur ordonnance	Les médicaments en vente libre
Ex.: syntroïde vallium cardilathe pénicilline	Ex.: aspirine sirop contre la toux mydol gouttes pour les yeux

Dans un deuxième temps, l'animateur suggère aux participants de faire la liste de ce que contient leur pharmacie familiale.

Une grille simple, du type suivant, pourrait servir de support à cette activité

EXEMPLE DE GRILLE

MÉDICAMENTS		TROUSSE DE PREMIERS SOINS
Prescrits	En vente libre	

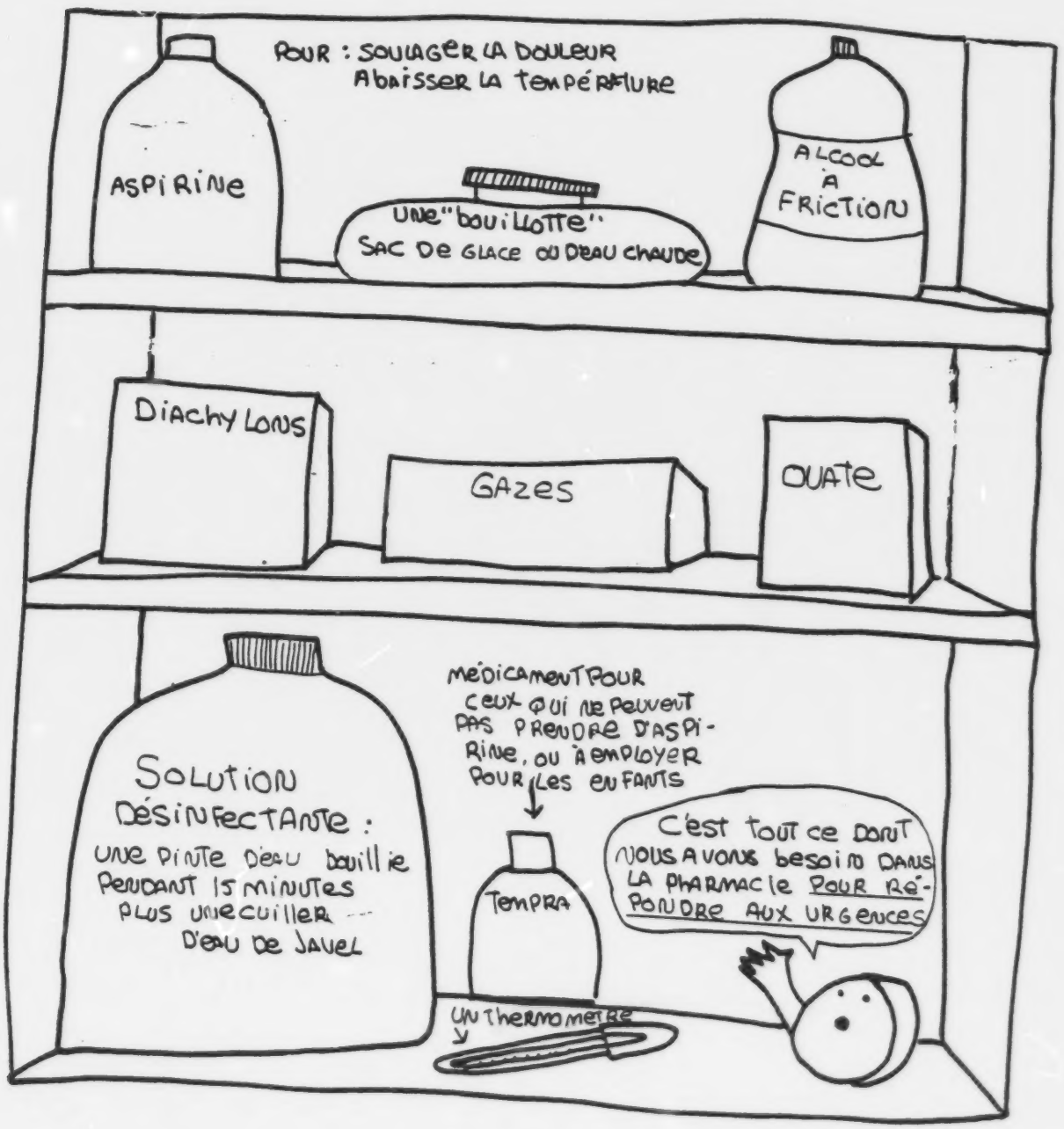
- Lorsque les participants ont rempli leur grille, la question suivante peut être posée:

  "Quel(s) médicament(s) jugez-vous essentiel(s) à conserver dans votre pharmacie familiale?"

  "Pourquoi?"

- Les réponses apportées permettent aux participants de réfléchir sur la nécessité d'avoir à leur portée tel type ou tel autre de médicaments. Ils vont probablement découvrir également que les besoins varient selon les personnes.

- L'animateur peut alors présenter au groupe le portrait de la pharmacie idéale, selon un groupe de pharmaciens travaillant dans un quartier populaire; ce tableau pourrait être remis à chaque participant.



* Tiré de la brochure: La Magie des pilules

Il serait bon de souligner aux participants qu'il ne s'agit que des médicaments ou trousse de premiers soins ayant trait à la vente libre. Ainsi, l'exemple ne concerne pas les prescriptions médicales.

L'animateur enchaîne avec ce qui suit:

> "Plusieurs d'entre vous ont été surpris, un peu choqués, de découvrir que la pharmacie familiale n'a pas besoin d'être très élaborée. Certains pensent que l'exemple donné est exagéré parce qu'il faut plus de choses que ça pour être bien soigné.
>
> Il serait intéressant qu'on essaie de découvrir ensemble pourquoi on pense cela. Qu'est-ce qui fait qu'on croit qu'il faut toujours se soigner avec des médicaments qu'on trouve dans les pharmacies?
>
> Pour la prochaine rencontre j'aimerais que vous preniez en note pendant une soirée de télévision ou un après-midi, toutes les annonces publicitaires qui parlent des soins ou de la santé. Après, à la prochaine rencontre, on va s'en reparler."

DÉMARCHE

1° L'animateur laisse les participants s'exprimer sur la diversité des médicaments.

2° Après avoir demandé aux participants d'observer les annonces publicitaires télévisées, l'animateur remet à chacun d'eux une fiche d'observation.

FICHE D'OBSERVATION

Nom de l'observateur	:	_____
Poste de télévision écouté:		_____
Journée(s) de la semaine	:	lundi ( ) vendredi ( ) mardi ( ) samedi ( ) mercredi ( ) dimanche ( ) jeudi ( )
Temps de la journée	:	matin ( ) après-midi ( ) soir ( )

Annonce publicitaire portant sur:

- aspirine; anacin; analgésique
- pilules pour la digestion
- sirops décongestionnants

. Entoure le nom du produit

- autre

Commentaires: (qui annonce le produit; qu'est-ce que l'annonceur dit; etc.)

3° L'animateur explique comment remplir la fiche

- Lorsque les participants ramènent les informations qu'ils ont notées, l'animateur attire l'attention des gens sur l'aspect incitatif de l'ensemble de cette publicité: les slogans qui accompagnent l'annonce; l'impression de bienfait que les comédiens laisent voir; le renom d'une vedette; le texte convainquant du narrateur; etc.

Ceci a pour but d'amener les participants à devenir critique face à de tels annonces télévisées et à les associer à d'autres publicités purement incitatives.

Il serait également important, à la suite de cette discussion, d'attirer l'attention des participants sur le fait que le fabricant n'a qu'un seul but: amener les gens à consommer son produit plutôt que celui d'un concurrent.

MISE EN SITUATION

Après ce premier volet concernant les médicaments en général, il serait intéressant d'amorcer une réflexion plus spécifique sur la consommation des médicaments contre la grippe ou le rhume.

DÉMARCHE PROPOSÉE

- A partir du texte déclencheur: 58 façons d'attraper un rhume, l'animateur suggère aux participants de répondre aux questions qui l'accompagnent.

- Les participants se groupent en équipe de deux ou trois personnes, avec le texte en main et les questions s'y rattachant.

- Un participant est invité à faire la lecture après quoi les gens répondent en équipe.

Le but de cet exercice est de polariser les opinions et d'amener les participants à en discuter.

58 FAÇONS D'ATTRAPER UN RHUME[1]

Le rhume, c'est une petite infection qu'on attrape surtout lorsqu'on passe d'une saison à l'autre (par exemple de l'automne à l'hiver).

C'est causé par un VIRUS: un organisme très petit qu'on ne peut pas voir à l'oeil nu. Il faut un microscope qui grossit 150 000 fois pour le voir.

Ça s'attrape comment un rhume? Par le TOUCHER: quelqu'un qui a le rhume se touche le nez ou les yeux et se contamine les mains; ces mains touchent des personnes ou des objets et... hop! ces personnes viennent d'attraper les virus... et le rhume.

Comment ça circule dans le corps un virus?

Les virus pénètrent par le nez ou les yeux quand ces parties sont touchées avec des mains contaminées.

Puis ces virus vont se loger dans la gorge, les oreilles, les poumons, l'estomac.

C'est pourquoi on peut ressentir une petite douleur dans certains endroits du corps. Souvent aussi on ressent une impression de malaise général. Et savez-vous qu'il y a 300 virus différents pour le rhume?

Savez-vous aussi qu'on n'a pas encore trouvé de traitement contre les virus; donc aucun médicament, pas même les antibiotiques, ne peut guérir le rhume.

LA GRIPPE C'EST

C'est une maladie infectieuse. C'est causé par un VIRUS plus puissant que celui du rhume.

La grippe n'est pas une maladie sérieuse: si vous êtes en bonne santé, elle disparaît progressivement en-dedans de 10 à 14 jours... et ça, sans médicament! Ce sont les premiers jours qui sont les plus durs: après, l'intensité de la grippe diminue.

Qu'arrive-t-il quand nous avons la grippe? Brusquement on se sent très malade à cause de la fièvre qui peut monter jusqu'à 104°F (40°C) et aussi de maux de tête, de douleurs dans les muscles un peu partout. En général, 2 jours après le début de la grippe, le mal de gorge apparaît; les yeux nous chauffent et on pleure; le nez commence à nous couler; on commence aussi à

---

1. Comité médicament et clinique communautaire de Pointe Saint-Charles, Le rhume et la grippe ça ne se guérit pas avec des médicaments, janvier 1976.

tousser; mais la fièvre est moins forte. La grippe peut parfois se compliquer en bronchite, otite moyenne (mal d'oreille), pneumonie, asthme bronchique.

ATTENTION: la grippe n'est pas dangereuse mais elle peut l'être pour les personnes âgées de plus de 65 ans, les diabétiques, les bronchitiques, les personnes souffrant de maladies cardiaques et les bébés.

IL FAUT AVOIR L'HONNÊTETÉ DE DIRE AU MONDE QU'À L'HEURE ACTUELLE IL N'Y A PAS DE MÉDICAMENTS SUR LE MARCHÉ QUI PEUVENT GUÉRIR LE RHUME ET LA GRIPPE. C'EST NOTRE CORPS LUI-MÊME QUI SE DÉFEND ET FINIT PAR GAGNER LA BATAILLE CONTRE LES VIRUS DU RHUME ET DE LA GRIPPE.

EXERCICES

En vous servant du texte: 58 façons d'attraper un rhume, répondez aux questions suivantes:

1. Le rhume c'est quoi?

   Réponse: le rhume c'est une petite infection qu'on attrape surtout quand on passe d'une saison à une autre

2. Qu'est-ce qu'un virus?

   Réponse: C'est un organisme très petit qu'on ne peut pas voir à l'oeil nu.

3. Il y a combien de virus différents pour le rhume?

   Réponse: Il y a trois cents virus différents.

4. Quand on a le rhume, pourquoi a-t-on mal dans certains endroits du corps?

   Réponse: Parce que les virus se logent dans ces endroits-là

5. Est-ce qu'il existe un médicament contre le virus du rhume?

   Réponse: Non, on n'en a pas encore trouvé

6. Combien de temps cela prend-il pour guérir une grippe?

   Réponse: La grippe disparaît progressivement en-dedans de 10 à 14 jours.

2) A l'aide du texte: 58 façons d'attraper un rhume répondez par vrai ou faux

	VRAI	FAUX
La grippe c'est une maladie qui s'attrape	X	
Quand on a la grippe on peut faire jusqu'à 104°F de fièvre	X	
La grippe peut être dangeureuse pour quelqu'un qui est habituellement en bonne santé		X
Le rhume n'est pas causé par un virus		X
Le rhume s'attrape par le toucher	X	
C'est le corps lui-même qui se défend contre le rhume et la grippe	X	
Il existe un médicament qui peut guérir le rhume et la grippe		X

Lorsque cet exercice est terminé, l'animateur pose la question suivante aux participants:

> "Dans le texte qu'on vient de lire, il est dit qu'il n'existe aucun médicament pour guérir le rhume ou la grippe. Pourtant, dans toutes les pharmacies on retrouve toutes sortes de médicaments contre le rhume ou la grippe. Pouvez-vous m'en nommer quelques uns?"

ACTIVITÉ

1. A la suite des réponses apportées par les participants, l'animateur suggère l'activité suivante:

> "Au début de la démarche on a distingué deux sortes de médicaments: ceux prescrits par les médecins et les autres qu'on peut se procurer soi-même dans les pharmacies. Les médicaments contre le rhume font partie de ces derniers. Je vous suggère d'aller dans une pharmacie et d'observer deux choses:

1° compter le nombre de médicaments différents, sur les étagères, contre le rhume et la grippe
   - les sirops
   - les décongestionnants

2° calculer le nombre d'étagères (ou d'allées) consacrées à des produits de toutes sortes
   - produits de beauté
   - cosmétiques
   - alimentation
   - "gadgets"
   - livres, etc.

On en rediscutera à la prochaine rencontre".

Le but de cette activité est d'amener les participants à considérer la pharmacie d'un autre angle: celui d'un magasin comme les autres, offrant des produits de compagnies diverses à différents consommateurs.

2. L'animateur note les observations des participants selon le tableau suivant afin d'attirer leur attention sur l'espace que la pharmacie accorde aux médicaments prescrits ou en vente libre par rapport aux produits d'autre nature.

TABLEAU

Nom de la pharmacie	1. Pharm' escompte	2. Pharma-prix	3. Pharma-cie du coin	4. Etc.	5. Etc.
Nombre d'allées ou d'étagères consacrées aux ordonnances					
- médica-ments en vente libre					
- contre le rhume					
- cosméti-ques					
- produits de beauté (savons; désodori-sants, etc.)					
- produits de net-toyage					
- alimenta-tion					
- films-photo					
- livres					
- tabagie					
- gadgets					

L'animateur peut alors poser certaines questions relativement à la perception globale qui se dégage du tableau.

Exemple de questions

a) Quand on regarde chaque colonne, qu'est-ce qu'on remarque?

- l'espace accordé pour chaque type d'article, dans la pharmacie
- les intentions de vente de cette pharmacie

b) Si on compare deux pharmacies l'une par rapport à l'autre qu'est-ce qu'on remarque?

c) Dans les médicaments en vente libre, quelle proportion occupe les médicaments contre le rhume? Etc.

L'animateur pourrait conclure ainsi:

> "Nous avons distingué les sortes de médicaments; on a fait le tour de notre pharmacie personnelle et regardé ce qui est essentiel; on a parlé de la publicité qui entoure les médicaments; on s'est renseigné sur la grippe et le rhume; finalement, même s'il n'y a aucun médicament qui peut guérir cette infection on a constaté, en visitant des pharmacies, qu'il y en avait plusieurs sur le marché.
>
> C'est tentant de se procurer un sirop ou un décongestionnant quand on est grippé... C'est tentant mais ça peut être dangereux pour notre santé. Par contre, même si le rhume et la grippe ça ne se guérit pas, on peut se soulager des symptômes ennuyants. Mais on a le choix des moyens.
>
> Voici quelques petits moyens, beaux, bons et pas chers qui sont à notre portée:"

LE MAL	LE REMÈDE
. la toux irritante	. sucer de la glace concassée
. la congestion nasale	. avec un compte-gouttes laisser couler de l'eau salée* dans chaque narine, au besoin

* l'eau doit avoir bouilli une quinzaine de minutes. Il faut mettre 1 cuillère à thé de sel pour une pinte d'eau

. la respiration difficile	. faire plus d'humidité dans la maison soit avec un humidificateur à air froid sinon en remplissant l'évier de la cuisine et le lavabo de la salle de bain d'eau froide
	. dormir avec le torse plus soulevé que d'habitude (avec deux oreillers par exemple)
. la fièvre	. prendre des bains d'eau tiède cela aide à rafraîchir la température du corps

FINALEMENT NE PAS OUBLIER DE BOIRE beaucoup d'eau...

Source: Hôpital Sainte-Justine de Montréal

Si vous voulez en savoir plus long sur les médicaments:

Acef du centre de Montréal, Les vitamines: la santé instantanée?, dans "S'en Sortir", vol. 8, no 1, mars 1985

Affaires sociales, Québec, Avez-vous vraiment besoin d'un laxatif? Les anti-acides, Saviez-vous qu'il n'existe aucun médicament pour guérir le rhume?, brochures publiées par le gouvernement du Québec, février 1979.

Comité de médicament de Pointe Saint-Charles, La constipation et la mauvaise digestion... ça ne se guérit pas avec des médicaments, février 1978.

Comité - Médicament et la Clinique communautaire de Pointe Saint-Charles, Le rhume et la grippe ça ne se guérit pas avec des médicaments, janvier 1976.

Comité des médicaments de Pointe Saint-Charles, Les médicaments c'est tout un problème!, septembre 1973.

Collectif, Universanté, bulletin d'information santé, volume 1, numéro 2, Université de Montréal, faculté de médecine, "Comment prendre son rhume en grippe".

Collectif, C.L.S.C. Santé, Les médicaments - Petit manuel à l'usage de ceux qui sont tannés de vivre aux crochets des médicaments et qui veulent s'en sortir, volume 1, numéro 3, septembre 1977.

La gazette de Multi-Média, Droit de savoir, numéro 16, 25 mars 1974.

Luttes urbaines, Une expérience de pharmacie "communautaire" ou "populaire" à Montréal, volume 3, numéro 2, janvier - février - mars 1982.

Mongeau, Serge, Roy, Marie-Claude, Le dictionnaire des médicaments, de A à Z, Éd. Québec - Amérique, 2e trimestre, 1984.

Projet Information Médicaments, Il y a autre chose que les médicaments, Sherbrooke, février 1978, 33 pages.

Protégez-Vous, juillet 1983, Soigner le rhume des foins - La trousse de premier soins.

St-Onge, Michel, La folie des pilules, vidéo-cassette, 29 min., 55 sec., Montréal, 1978.

X X X, La magie des pilules, brochure, disponible à la pharmacie populaire de Pointe Saint-Charles, Montréal.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS

MAI-JUIN

LES DEUX COTÉS DE LA MÉDAILLE

Louer son premier appartement, quel rêve! Mais les rêves, pour se matérialiser, nécessitent qu'on s'y attarde et qu'on essaie d'éviter les cauchemars qu'ils pourraient cacher. Dans ce sens, une des activités principales suggérée pour ce thème, sera de planifier et de faire son budget.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- trouver et lister des éléments qui influencent le choix d'un logement (quartier, prix...) - apprendre à cerner ses besoins - établir son budget en fonction de ses besoins - tenir compte de tous les coûts du logement, autres que le loyer - orienter ses choix en tenant compte des: . désirs . besoins . coûts réels . ressources disponibles - budgeter = choisir	- rédiger un court texte: "le logement que j'aimerais habiter"... - identifier les besoins essentiels et secondaires et en faire une liste - amener une réflexion sur les coûts réels du logement - écrire des mots-clés, faire sa liste d'épicerie, prendre des informations par écrit, etc.	- faire le plan de son logement actuel ou du logement "rêvé" - un budget c'est quoi? - évaluer le coût de nos besoins - faire le compte des dépenses mensuelles - établir son budget en regard de: . ses besoins . les coûts . ses choix - déterminer le coût réel d'un logement

INTRODUCTION

Comme les besoins et exigences en matière de logement varient d'un individu à l'autre, nous choisissons de privilégier une démarche individuelle face à cette thématique.

Ce choix n'exclut nullement les discussions de groupe. Nous croyons, au contraire, qu'elles seront enrichies par l'apport individuel de chacun des participants. De toute façon, étant donné l'habituelle hétérogénéité des groupes d'alphabétisation, il nous semble opportun de faire régulièrement appel au vécu de chaque participant, permettant ainsi à chaque personne d'enrichir sa réflexion et d'évoluer face aux préjugés qu'elle peut avoir développés.

MISE EN SITUATION

L'animateur pourrait engager la discussion sur ce sujet en lançant des questions ouvertes comme celles-ci:

- "Qui parmi vous habite encore chez ses parents et/ou a encore des jeunes à la maison? Qui vit ailleurs?"

- . "Pour quelle raison restes-tu chez tes parents ou, au contraire as-tu décidé d'aller vivre ailleurs?"

  . "Pour quelle raison, votre jeune vit-il encore chez vous ou ailleurs?"

- . "Dans la situation que tu vis qu'est-ce que tu aimes et qu'est-ce que tu n'aimes pas?"

  . "Qu'est-ce que votre jeune aime ou n'aime pas dans ce qu'il vit à la maison?"

Ceci amène les participants à se prononcer sur les avantages et les inconvénients des deux façons de vivre. Pour ne pas que les discussions se dispersent, l'animateur pourrait suggérer aux participants de remplir la grille suivante à l'aide de cette consigne:

"On vient de discuter de ce qu'on aime ou qu'on n'aime pas, comme jeune, de vivre chez ses parents ou bien de

vivre ailleurs. Tout le monde pourrait essayer maintenant de trouver des avantages et des inconvénients aux deux situations en quelques mots. Après cela, on va mettre toutes les idées ensemble pour faire une image plus objective des deux genres de situation."

MÉTHODOLOGIE

Cet exercice pourrait se faire à l'extérieur du cours, ceci offrant l'avantage de maintenir l'intérêt pour la démarche et permettant aux participants de se faire aider par les personnes ressources à la maison.

Exemple de grille:

Vivre chez ses parents		Vivre ailleurs	
Avantages: ce qu'on aime	Inconvénients: ce qu'on n'aime pas	Avantages: ce qu'on aime	Inconvénients: ce qu'on n'aime pas

Quand cette grille est remplie, les participants sont invités à communiquer au groupe leurs réponses.

L'important reste en définitive, d'amener le groupe à un consensus au niveau de la terminologie, pour pouvoir réutiliser ces termes à d'autres étapes du thème.

Donc on s'entend pour dire que:

a) avantage : c'est ce qui est utile, profitable dans une situation

b) inconvénient: c'est le contraire, c'est un désavantage, un désagrément ou un embarras.

Pour bien dissocier les notions d'aimer ou pas quelque chose de celles d'y trouver des avantages ou des inconvénients, on peut utiliser l'exercice suivant à partir de la grille que les gens ont déjà remplie.

EXERCICE

Complète les pharases suivantes

1) J'aime aller dans les arcades pour rencontrer des amis l'inconvénient c'est que _____

_____

Réponse: je dépense trop d'argent quand j'y vais.

2) J'aime sortir tard le soir l'inconvénient c'est que __

_____

Réponse: je me sens très fatigué le lendemain.

3) Je n'aime pas habiter chez mes parents mais l'avantage c'est que _____

_____

Réponse: je n'ai pas de loyer à payer.

4) Je n'aime pas habiter seul dans un logement mais l'avantage c'est que _____

_____

Réponse: je me sens libre de faire ce que je veux.

Après avoir effleuré la situation actuelle du logement de tous et chacun, il serait intéressant d'amener les participants à s'exprimer sur:

1° Ce qu'ils souhaiteraient comme logement

2° Ce qu'ils ont comme besoins réels

3° Ce qui influence leurs choix: leurs goûts, leurs besoins vitaux et ... leurs ressources financières.

Cette étape se présente comme un "a priori" au budget. Trop souvent les gens ne se sentent pas libres de faire des choix parce qu'ils n'ont pas pris le temps de déterminer leurs goûts, leurs priorités et leurs ressources. Les habitudes de consommation deviennent importantes à cerner dans un tel contexte car elles sont alors perçues comme des priorités, alors que la réalité peut démontrer le contraire.

1° LE LOGEMENT SOUHAITÉ

Deux possibilités s'offrent à l'animateur, dépendamment de la composition sociale de son groupe (jeunes, adultes, hommes ou femmes avec famille, personnes âgées, etc.) et du niveau d'apprentissage.

La première est de demander aux participants de composer un court texte qui décrit leur logement actuel ou bien celui qu'ils désireraient avoir. Dans les consignes qu'ils ont à suivre, les participants doivent parler de:

- la grandeur du logement; le nombre de pièces
- combien coûte ou coûterait le loyer
- sur quel rue il est ou serait situé; à quel étage.

La deuxième possibilité qui s'offre aux participantss moins habiles en écriture, c'est de faire le plan soit de l'endroit où ils habitent soit du logement de leurs rêves. Le plan devrait comporter:

- le nombre de pièces; leur agencement les unes par rapport aux autres
- l'endroit où sont placés les meubles, les portes et fenêtres
- le coût du loyer actuel où l'estimation du coût

MÉTHODOLOGIE

Dans un premier temps l'animateur présente l'un ou l'autre des modèles suivants en relation avec l'activité qu'il aura privilégiée.

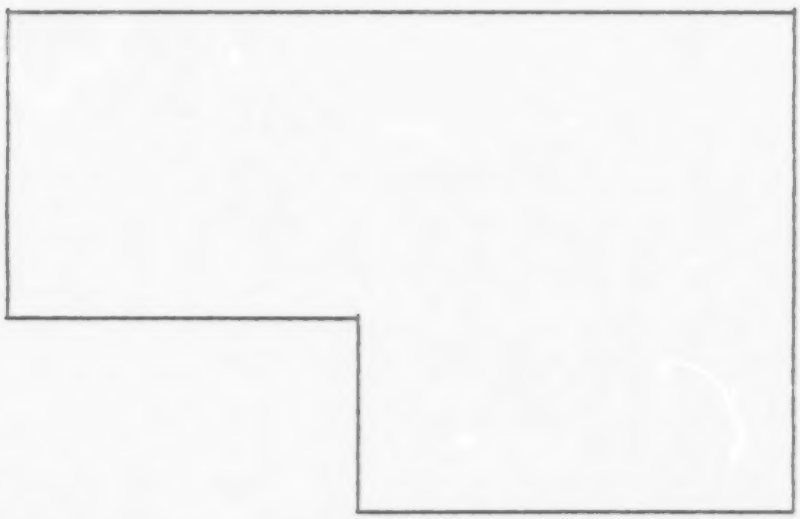
MODÈLE A: LE LOGEMENT QUE J'AIMERAIS HABITER (court texte)

MOI J'HABITE DANS UN BLOC D'APPARTEMENTS. JE RESTE DANS UN TROIS ET DEMI. J'AIMERAIS RESTER DANS UN LOGEMENT DE 4 PIÈCES, DANS UN PREMIER ÉTAGE SUR LA 3e RUE. MON LOGEMENT SERAIT PLUS GRAND AVEC PLUS DE FENÊTRES. JE SERAIS CAPABLE DE PAYER 250 $ S'IL ÉTAIT CHAUFFÉ.

ÇA SERAIT MIEUX POUR MOI D'AVOIR UN LOGEMENT PLUS GRAND PARCE QUE JE POURRAIS FAIRE UNE CHAMBRE POUR QUAND J'AURAIS DES ENFANTS.

MODÈLE B: LE LOGEMENT DE MES RÊVES

CHEZ MOI C'EST COMME ÇA:



Ça me coûte:
200 $

Le fait de présenter ces modèles aux participants offre l'avantage à l'animateur de pouvoir illustrer le genre d'exercice qui est demandé. De plus, les participants plus autonomes pourront s'organiser eux-mêmes à partir du modèle

ce qui permet à l'animateur d'avoir plus de temps pour intervenir auprès de ceux qui sont moins habiles.

Quand l'exercice est complété, l'animateur invite les participants à présenter au groupe soit le texte qu'ils ont écrit, soit le plan qu'ils ont dessiné. Les présentations vont probablement soulever des questions et les explications qui seront données pourront servir à enclencher un second volet: les besoins autres que le logement.

2° LES BESOINS RÉELS

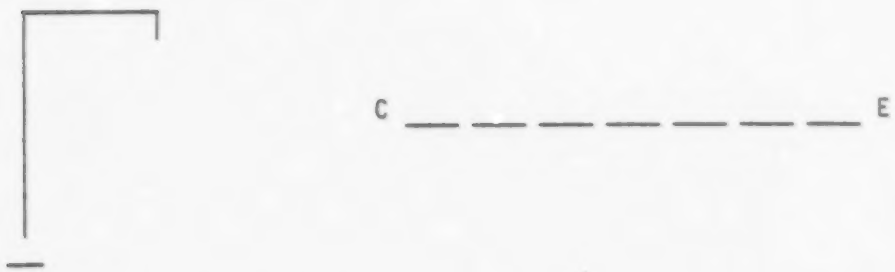
Il y a plusieurs biais par lesquels on peut cerner les besoins réels: un texte informatif portant sur le sujet, une discussion, un théâtre forum... Pour notre part, nous privilégions de le faire par un jeu. Nous avons constaté, à partir de quelques expériences dans notre atelier, que le jeu du "bonhomme pendu" permet aux participants d'intervenir de façon spontanée et pique leur curiosité.

MÉTHODOLOGIE

1. Informer les participants des règles du jeu:

   Règles du jeu: sur le tableau est dessinée une potence. À côté de la potence la première et la dernière lettre du mot à trouver sont inscrites. Toutes les autres lettres qui forment le mot complet sont remplacées par un espace souligné. Pour aider les participants à trouver le mot, on leur donne une définition simple de ce mot.

   Par exemple: chauffage. Le meneur de jeu donne la définition au groupe. Il dessine la "potence" au tableau et inscrit la première et la dernière lettre.



2. Faire un essai avec les participants pour les habituer au déroulement du jeu:

   Déroulement du jeu: Chaque participant doit nommer une lettre qu'il pense pertinente. Si la lettre est pertinente, le meneur de jeu l'inscrit à l'endroit où elle va. Si elle est non pertinente, le meneur de jeu dessine une partie du corps du bonhomme pendu. Le jeu prend fin selon l'une ou l'autre éventualité: soit que le mot est complet, que chacune des lettres pertinentes a été nommée par les participants, soit que le bonhomme est complètement dessiné.

   Si le bonhomme pendu est complètement dessiné le meneur de jeu incite les participants à essayer de chercher le mot qu'ils n'ont pas réussi à compléter, dans le dictionnaire.

3. Indiquer aux participants que les mots dont le meneur de jeu va se servir pour le bonhomme pendu, sont tous des besoins fondamentaux.

4. Il est souhaitable que le rôle de meneur de jeu soit joué par différents participants.

Voici une liste de mots qui pourraient être retenus pour cet exercice:

- besoin : quelque chose de nécessaire
- électricité: nous aide à voir clair le soir, ou à nous chauffer. Beaucoup de nos appareils ménagers ne pourraient pas fonctionner sans elle
- chauffage : permet de maintenir notre logement à une température agréable
- vêtements : ils servent à nous protéger du soleil ou du froid
- téléphone : un appareil qui nous sert à communiquer avec quelqu'un à distance
- poêle : permet de faire chauffer des aliments
- frigidaire : appareil qui aide à conserver nos aliments
- aliment : une substance qui nous permet de "ramasser" de l'énergie; parfois elle nous porte à engraisser

Quand l'intérêt diminue, l'animateur relance la question suivante aux participants: "Pouvez-vous me nommer des objets ou des choses que vous trouvez nécessaires pour vivre aujourd'hui?" "Est-ce que tout le monde peut répondre à ses besoins?"

Cette question amène les gens à poser l'autre volet de la réalité à savoir celui des ressources financières.

3° FAIRE UN CHOIX SELON SES GOÛTS, SES BESOINS, SES RESSOURCES

Cette étape sera une première ébauche du budget. Après avoir discuté de logement, d'appartement rêvé et de besoins, il nous semble important maintenant de favoriser un genre de synthèse de ces divers éléments.

Le cas-type de Gilles servira de lien entre les discussions de la première partie et l'apprentissage un peu plus technique du budget.

L'animateur présente l'histoire de Gilles:

> "Gilles c'est un jeune qui a commencé à travailler dans un garage, il y a un mois. Depuis quelques jours il pense à se louer un appartement. Ça lui permettrait d'être plus près de son travail, d'avoir une place bien à lui pour recevoir des amis. Il en a parlé avec des amis, avec ses parents, mais les avis sont très partagés. On va regarder ensemble la liste des choses que Gilles fait, des "plaisirs" qu'il aime se payer pour essayer de l'aider à voir un petit peu plus clair dans sa situation".

L'animateur remet alors à chaque participant un portrait de la situation de Gilles.

LA SITUATION DE GILLES

Salaire	:	il gagne 150 $ net par semaine
Pension	:	il paie 50 $/semaine à ses parents
Transport	:	il achète une carte mensuelle de 24 $
Cigarettes	:	ça lui coûte 45 $ par mois
Vêtements	:	il achète pour 50 $ de vêtements tous les quinze jours
Sorties (Loisirs)	:	il dépense environ 30 $ par fin de semaine
Économies	:	il met 25 $ par semaine dans un compte d'épargne à la caisse

Si on fait le total mensuel des revenus de Gilles cela donne 600 $.

Si on fait le total mensuel de ses dépenses actuelles, on arrive à 489 $.

Si on calcule ses économies ça donne 100 $ qu'il met de côté chaque mois.

Il lui reste environ une dizaine de dollars non utilisés, dans tout le mois.

Gilles pense qu'en additionnant les 50 $ par semaine qu'il paie de pension à ses parents aux 25 $ qu'il économise, cela pourrait correspondre au coût d'un logement pas cher.

Ses amis trouvent que 300 $ par mois pour se loger et se nourrir, ça peut être assez, s'il peut laisser tomber ses sorties durant la fin de semaine.

Gilles trouve que ses sorties, il en a besoin pour se détendre de sa semaine de travail. Il n'est pas prêt à les sacrifier.

Ses parents lui conseillent d'attendre un an ou deux, entretemps il gagnera un meilleur salaire et il aura pu économiser assez d'argent pour pouvoir s'acheter tous les meubles et appareils ménagers dont il aura besoin.

Gilles pense qu'un ou deux ans c'est bien trop long mais en même temps il voit bien qu'il n'a pas assez d'argent pour se louer un appartement à lui tout seul, quand il regarde tout ce qu'il faut qu'il achète pour s'installer.

Et vous, auriez-vous une idée de ce que Gilles pourrait faire, en tenant compte de ce que lui, il désire: un logement?

MÉTHODOLOGIE

Les participants sont invités à se séparer en petits groupes à l'intérieur desquels se trouvent préférablement des personnes vivant des situations de logement différentes. Une quinzaine de minutes sont allouées à la suite de la lecture et de la présentation de Gilles, pour amener une solution.

Chaque petit groupe est ensuite invité à présenter sa solution qui doit tenir compte du budget dont Gilles dispose, des intérêts qu'il a également.

Finalement l'animateur présente la solution à laquelle Gilles est arrivé, à savoir: louer un logement avec deux de ses amis qui permettra de réduire les dépenses mensuelles de chacun.

BESOINS ET RESSOURCES

Cette deuxième tranche de la thématique sera développée en tenant compte des désirs, des besoins et des ressources des participants dans le but de les amener à:

A. cerner leurs propres priorités et besoins

B. comprendre les coûts inhérents au logement

C. calculer ce qu'ils dépensent

D. choisir et budgeter en tenant compte de leurs revenus.

A. Cerner nos priorités

Comme la dernière activité se faisait durant l'atelier même, nous suggérons que l'exercice suivant soit fait à l'extérieur du cours et que les indications qu'il contiendra soit ramenées lors d'un cours subséquent.

L'animateur pourrait introduire l'exercice de la façon suivante:

> "Nous avons discuté, la dernière fois, de la situation de Gilles. Nous avons vu qu'il avait réussi à trouver une solution qui lui convenait. Dans la feuille que je vais vous passer il y a différentes activités qui sont indiquées. Lisez-les et cochez celles qui ressemblent à ce que vous trouvez important. Ça sera, d'une certaine manière, comme une feuille de route qui servira toujours de référence pour les exercices qui vont suivre."

Feuille de route de: _____
Ton nom

- J'aime	acheter des disques	☐
	jouer dans les arcades	☐
	aller au bingo	☐
	manger au restaurant	☐
	voir des films	☐
	jouer au bowling	☐
	acheter des revues	☐
	fumer	☐
	aller danser	☐
	ou bien _____	
Actuellement, - j'ai besoin de	me nourrir	☐
	me loger	☐
	me vêtir	☐
	moyen de transport	☐
	médicaments	☐
- Je veux	me nourrir	☐
	me loger	☐
	me vêtir	☐
	me meubler	☐

Ce que ça me coûte par mois	
1. logement	_____$
2. nourriture	_____$
3. transport	_____$
4. dépenses personnelles	_____$
5. sorties	_____$
6. vêtements	_____$
7. médicaments	_____$
8. dettes	_____$

Ce que j'ai comme revenus par mois	
1. salaire net	_____$
2. chômage	_____$
3. bien-être social	_____$
4. allocations familiales	_____$
5. "jobines"	_____$

Quand les participants ramènent l'information, il serait intéressant de leur demander ce que cela leur a donné de faire leur feuille de route, cela les a-t-il informés, surpris ou découragés quant à leurs habitudes?

A partir des commentaires reçus, l'animateur peut enchaîner sur les surprises qui sont reliées au coût du logement. En effet, la majorité des gens considèrent que le coût d'un logement n'est que le prix du loyer qu'ils paient. Pourtant le chauffage, l'électricité, les assurances peuvent influencer grandement la portion du budget qui sera consacrée au logement.

Le petit exercice qui suit peut aider à déclencher la réflexion sur les coûts du logement.

B. Déterminer les coûts inhérents au logement

L'animateur peut présenter cet élément de la façon suivante:

> "Quelques-uns ont été surpris de découvrir où passait leur argent. Peut-être allez-vous être surpris aussi de découvrir que le logement ce n'est pas seulement le loyer qu'on paie, mais bien d'autres choses qui s'y rattachent."

Exercice

Trouvez le bon mot et découvrez certains éléments qu'on doit considérer dans le budget du logement.	
ce que je paie tous les mois pour me loger	loyer
j'en ai besoin pour m'éclairer	électricité
me met en lien avec l'extérieur	téléphone
une précaution à prendre en cas d'incendie ou de vol	assurances
me tient au chaud l'hiver	chauffage
ce que les gouvernements nous font payer pour nous donner des services	taxes
ce que je gagne ou reçois pour vivre	revenu

Donc quand on loue un logement, il faut tenir compte de ces éléments:

- le coût du loyer
- le coût du chauffage
- le coût de l'électricité
- le coût des taxes à payer
- le coût de l'assurance

Le petit feuillet "Le vrai coût du logement" peut être obtenu à l'Office de la protection du consommateur. Nous suggérons d'en commander quelques-uns, ils pourraient amener une réflexion utile pour les participants qui ne se seraient jamais arrêtés à cette question et pour ceux qui veulent "partir en appartement".

Demander à chaque participant de le remplir est déjà une première étape qui permettra à tous de s'arrêter pour réfléchir à des choix face à des logements différents, mais surtout d'évaluer, réellement, les coûts qui y sont inhérents.

(TEXTE DU FEUILLET MENTIONNÉ)

LE VRAI COÛT DU LOGEMENT

C'est: le chauffage, l'électricité, le transport, les services et le loyer $ $ $ $

Pour faire son budget-logement on s'informe, on vérifie

Attention aux surprises dans votre budget-logement! Les coûts "cachés" d'un logement, ce sont toutes ces dépenses qui s'ajoutent au loyer mensuel et qui ne sont pas indiquées dans le bail-type.

Il faut inclure dans son budget tous les frais qui concernent l'habitation et qui augmentent le coût du logement pour un locataire.

Pour vous aider à prévoir, CONSULTER LE GUIDE AU VERSO

ON S'INFORME

Du coût du loyer (coût mensuel x 12) ____$

Du coût du chauffage de l'année précédente (coût mensuel x 12) ____$

Du coût annuel de l'électricité (communiquer avec l'Hydro) ____$

Des taxes à payer (vidanges, eau, déneigement) ____$

Du coût de l'assurance feu-vol ____$

Du coût du stationnement (coût mensuel x 12) ____$

_____$

COÛT TOTAL DU LOGEMENT: ____$

N'oubliez pas les frais de déménagement et de réinstallation dans le nouveau logement ____$

ON VÉRIFIE AUSSI

- L'augmentation du loyer par rapport à l'année précédente.
- L'état du logement (vérifier portes, fenêtres, isolation).
- L'état et le type d'installation de chauffage (huile, électricité, chauffage central, gaz).
- Le type de réparation à la charge du locataire.
- La disponibilité des services dans le milieu (épiceries, banques, services gouvernementaux, transport en commun).

NOTE: Si la hausse de loyer vous semble excessive, n'hésitez pas à communiquer avec la Régie du logement.

On peut garder ce feuillet de référence pour planifier ses dépenses à long terme ou évaluer le coût de plusieurs logements, avant de faire un choix.

En remplissant ce feuillet de référence, les participants ont dû calculer les coûts inhérents au logement de toute une année.

L'animateur pourrait amener maintenant une discussion sur la nécessité de savoir combien coûtent les biens reliés à la consommation de leurs besoins vitaux.

- "On a vu, sur notre feuille de route ce qu'étaient nos goûts, nos besoins de base. On vient juste de s'attarder sur un de ces besoins-là: le logement. Il faudrait maintenant mettre tous ces éléments ensemble pour tenir compte de toute la réalité. Quand on a fait ça, on est plus en mesure de choisir réellement en fonction de ce qu'on aime, de ce qu'on veut et de ce qu'on peut payer."

- "Pour le prochain cours, il serait bon que ceux d'entre vous qui ne vivent pas chez leurs parents apportent une facture d'épicerie, un compte de chauffage, un compte de téléphone, le compte d'électricité. On se servira aussi de la feuille de route qu'on a déjà remplie. Pour les autres, notez tout ce que vous aurez dépensé durant la semaine."

C. Calculer ses dépenses

A partir des différents comptes ou factures ou relevés de dépenses apportés par les participants, l'animateur attire l'attention sur la fréquence des comptes réguliers ou des revenus.

1. Le loyer revient tous les mois, il est un coût mensuel tout comme le téléphone.

2. L'électricité se paie tous les deux mois donc c'est un compte bimestriel.

3. L'épicerie revient à chaque semaine, elle doit être payée hebdomadairement.

4. Le salaire peut être hebdomadaire ou être versé tous les quinze jours.

5. L'assurance-chômage est versée toutes les deux semaines.

6. L'allocation familiale est mensuelle et le b.e.s. aussi.

7. Les assurances se paient souvent annuellement.

Pour réussir à calculer ses dépenses il faut choisir selon quel terme on les envisage. Le plus simple est sans contredit de les étaler sur un mois. Cette règle s'applique aux revenus également.

Comment fait-on pour ramener tout à des mensualités?

On regarde chaque item et soit qu'on multiplie soit qu'on divise, dépendamment du terme de chacun d'eux.

Chaque participant est invité, à partir de ses relevés et de sa feuille de route, à établir ses dépenses et ses revenus mensuels.

EXEMPLE DE RELEVÉ

Dans une première étape, on calcule ses revenus

1. Salaire _____ $ x 4 = _____/par mois
   ou
   Salaire _____ $ x 2 = _____/par mois
2. Assurance-chômage _____ $ x 2 = _____/par mois
3. B.E.S. _____ $ = _____/par mois
4. Allocations familiales _____ $ = _____/par mois
5. Autres revenus _____ $ = _____/par mois

Dans une deuxième étape, on regarde les dépenses

1. Les assurances (annuelles) = _____/par mois
   (_____ $ ÷ 12 = _____ $)
2. L'électricité (bimestrielle)
   (_____ $ x 6 = _____ ÷ 12) = _____/par mois
3. Le téléphone (mensuel) = _____/par mois
4. Le chauffage = _____/par mois
   . si on a un plan budgétaire on paie des montants égaux chaque mois
   . si on paie à la livraison (huile par exemple) on essaie de voir combien on aura de livraisons en tout et puis on divise par douze pour répartir sur chaque mois
5. L'épicerie (hebdomadaire) = _____/par mois
   (tout ce qu'on achète, notre notre commande, le dépanneur)
   (_____ $ x 4 = _____ $)

6. Le transport = _____/par mois

. si on a une auto il faut prévoir combien elle nous coûte en tout - (réparations, consommation)

7. Les sorties = _____/par mois

. combien on dépense pour se distraire

8. Les vêtements = _____/par mois

. ça comprend aussi les frais de nettoyage

Maintenant il faudrait trouver le total des revenus et le total des dépenses. Quand on a fait cela, on commence déjà à voir plus clair; par exemple on sait où va notre argent mais aussi quelle proportion est accordée à chaque dépense.

EXERCICE

Cherche un mot de 6 lettres dont il faut tenir compte quand on fait son budget.

B	E	S	O	I	N

A	M	E	N	I	C	F	U	M	E	R	D
E	P	B	C	E	S	E	C	E	I	P	I
U	S	P	H	R	E	I	C	I	P	E	S
Q	Q	U	A	R	T	I	E	R	R	N	C
I	D	O	U	R	I	R	N	E	I	O	O
R	E	T	F	E	T	E	R	C	R	H	T
T	P	E	F	V	N	E	R	I	R	P	H
C	E	G	A	E	G	U	M	P	U	E	E
E	N	D	G	N	T	U	L	E	O	L	Q
L	S	U	E	U	R	U	E	S	N	E	U
E	E	B	F	S	E	X	A	T	E	T	E

. appartement
. budget
. chauffage
. cinéma
. dépense
. discothèque
. électrique
. tête
. épicerie
. épicier
. fêter
. fumer
. futur
. gérer
. lune
. murs
. nourrir
. pièces
. quartier
. ré
. revenus
. rues
. taxes
. téléphone

D. Choisir et budgéter

MÉTHODOLOGIE

Nous suggérons à l'animateur de résumer la démarche entreprise depuis le début de l'item budget.

Chaque participant est invité à faire son budget.

Mon budget

Revenus mensuels

Salaire net:	_____
Allocations familiales :	_____
Chômage :	_____
B.E.S. :	_____
Autres :	_____
(1) Total :	_____

Dépenses mensuelles fixes

Loyer :	_____
Téléphone :	_____
Électricité:	_____
Chauffage :	_____
Taxe d'eau :	_____
Assurances :	_____
(2) Total :	_____

Pour savoir si ton budget balance fais cette soustraction:

Total 1 _____

\- moins total 2 et 3 _____

Différence: _____

Si le total (2) + (3) est plus gros que total (1), il faut réduire tes dépenses variables.

Variables

Nourriture :	_____
Transports :	_____
Vêtements :	_____
Loisirs Sorties :	_____
Pharmacie :	_____
Argent de poche :	_____
(3) Total :	_____

Dépenses totales: Total (2) _____

\+ Total (3) _____

Somme: _____

On peut discuter en groupe des choix possibles de chaque participant face à sa situation budgétaire. Le but de cette discussion n'est pas uniquement de critiquer le budget de chacun mais plutôt de le remettre en question et d'essayer de trouver collectivement des solutions.

A cet effet, certaines solutions de rechange pourraient être mises de l'avant comme:

- acheter certains vêtements dans des comptoirs de vêtements usagés
- prévoir sa liste d'épicerie et n'aller qu'une fois par semaine à l'épicerie; annuler les achats faits dans des dépanneurs
- faire des échanges de "gardiennage" lors d'une sortie
- etc.

Cette discussion peut servir de pont à la situation vécue par ceux qui vont louer leur premier logement.

L'animateur amorce ce dernier volet en résumant l'ensemble de la démarche. Après ce bref résumé, il lance le petit problème suivant:

> "Tu as fait des choix, tu as cerné des désirs, tu as regardé tes moyens. Tout va bien et tu décides donc de partir à la recherche d'un logement. A part le logement, quelles sont les choses dont on a besoin quand on a quitté la maison de ses parents? Qu'est-ce qu'il faut prévoir?"

Cette question a intérêt à être débattue en groupe, cela permettra un complément d'information.

Une fois les éléments essentiels dégagés: ameublement, literie, vaisselle, chaudrons, appareils ménagers, on s'attarde à l'un de ces derniers à savoir:

"La première liste d'épicerie."

Un premier exercice pourrait consister à fournir aux participants une liste très exhaustive d'épicerie en leur demandant premièrement de cocher ce qu'ils jugent essentiel et deuxièmement d'évaluer combien coûte l'article qu'ils ont coché.

EXERCICE

Dans la liste suivante mets un crochet (✓) à côté de chaque élément que tu trouves essentiel pour une première liste d'épicerie.

Dans chaque espace qui suit l'article, tu écris combien tu penses que ça coûte.

	Je pense que cela coûte	En réalité ça coûte
. pain	( ) _____	_____
. lait	( ) _____	_____
. beurre	( ) _____	_____
. sel	( ) _____	_____
. poivre	( ) _____	_____
. relish	( ) _____	_____
. mayonnaise	( ) _____	_____
. moutarde	( ) _____	_____
. ketchup	( ) _____	_____
. papier de toilette	( ) _____	_____
. farine	( ) _____	_____
. sucre	( ) _____	_____
. café	( ) _____	_____
. thé	( ) _____	_____
. jus congelé	( ) _____	_____
. ail	( ) _____	_____
. oignon	( ) _____	_____
. pâtes alimentaires	( ) _____	_____
. riz	( ) _____	_____

Lorsque les participants ont terminé leur "approximation", l'animateur les invite à vérifier si "leurs prix" sont conformes à la réalité, en allant dans une épicerie de leur choix, avec leur liste et en indiquant dans la colonne de droite ce que ça coûte vraiment.

De tous les éléments essentiels, la première liste d'épicerie est souvent celui dont les coûts vont être entièrement assumés par celui qui s'installe en appartement.

Un budget particulier doit y être affecté.

Si vous voulez en savoir plus long

Quelques organismes qui peuvent vous fournir des informations et du matériel:

L'ACEF de votre quartier ou de votre région est une ressource en matière de budget.

Les comités logement ou les associations de locataires peuvent vous aider à informer les participants sur ce qu'il faut regarder quand on va louer un logement et vous fournir des brochures concernant le logement.

La Régie du logement renseigne sur les droits des propriétaires et des locataires.

Quelques petits outils pédagogiques

Bureau de consultation jeunesse inc., Partir en appartement, Montréal, 1984.

. Cette brochure est disponible au:
B.C.J. inc.
1609, Saint-Denis
Montréal, (Québec)
H2X 3K3
(514) 844-1737

Office de la protection du consommateur, Education à la consommation, programme de formation personnelle et sociale, "Guide d'activités à l'intention des enseignants du secondaire", Québec 1984.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS

JUILLET

"AH!... J'Y AVAIS PAS PENSÉ!"

Généralement nous faisons relâche en juillet. Nous avons quand même tenu à consacrer un theme à ce mois durant lequel, au Québec, bon nombre de personnes déménagent. "Ah!...j'y avais pas pensé!" tentera de cerner les mille et une petites choses dont il faut tenir compte lorsqu'on veut déménager... "en toute tranquilité".

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	**MATHÉMATIQUES**
- apprendre à prévoir son déménagement c'est-à-dire: . tirer profit du magasinage pour la location des remorques, camions . comparer les prix . faire des prévisions budgétaires en fonction des coûts du déménagement - prévoir et planifier un budget d'emménagement c'est-à-dire: . penser aux coûts de la peinture, de la nouvelle décoration (rideaux, toiles, draperies, de la quincaillerie) . les coûts de l'installation du téléphone - faire son changement d'adresse	- apprendre à chercher dans l'annuaire téléphonique - poster les avis de changement d'adresse - aviser par écrit les différentes compagnies de service: gaz, électricité, assurances, téléphone, etc.	- calculer le coût de location en tenant compte: . du nombre d'heures de location du véhicule . du kilométrage . des assurances . du coût des accessoires

MISE EN SITUATION

Le thème sera divisé en trois étapes distinctes:

A) Avant le déménagement
B) Le jour du déménagement
C) L'emménagement

A) AVANT LE DÉMÉNAGEMENT

L'animateur, pour entrer dans le vif du sujet, peut soit se servir du cas concret d'un des participants qui doit déménager réellement ou bien partir d'un cas fictif, en l'analysant étape par étape avec l'ensemble du groupe.

En ce qui nous concerne, nous choisissons de présenter un cas-type sur lequel l'animateur pourra se baser. L'animateur peut en faire lecture à son groupe.

Présentation du cas

Le propriétaire de Denis et Jocelyne a décidé de faire des réparations majeures dans tous ses logements. Ils doivent donc penser à déménager car les réparations risquent de durer longtemps. Denis et Jocelyne se sont mis à la recherche d'un nouveau logement. Ils en ont trouvé un dans le même quartier qu'ils habitent depuis quinze ans. Ils sont contents parce que, de cette manière, leurs deux plus vieux vont pouvoir fréquenter la même école en septembre et leur plus jeune enfant ne changera pas de garderie.

Denis et Jocelyne doivent maintenant prévoir leur déménagement.

Questions

L'animateur, pour engager la réflexion, peut poser les questions suivantes:

> "Comment Denis et Jocelyne pourraient-ils procéder pour faire leur déménagement?" (Voir textes fournis en annexe).

Réponses possibles:

- Ils peuvent faire appel à une compagnie de déménagement, s'ils ont l'argent disponible.

- Ils peuvent louer un camion ou une remorque et demander à des amis de leur donner un coup de main.

- Ils peuvent emprunter un véhicule à une connaissance et demander de l'aide à leurs amis.

"Quand leur décision est prise, quelles démarches devraient-ils faire pour leur permettre de prévoir toutes les dépenses?"

Réponses possibles:

- Dépendamment de leur décision, ils doivent magasiner pour trouver des locateurs de camions et calculer les coûts de location.
- Ils doivent convenir d'une journée et d'une heure précises avec leurs amis pour le déménagement.
- Ils doivent penser à l'emballage de leurs biens: se mettre à la recherche de boîtes solides.
- Finalement ils doivent aviser les services et leurs connaissances de leur changement d'adresse.

Les participants sont amenés à se prononcer sur le moyen que doivent choisir Denis et Jocelyne pour déménager. Ceci étant fait, les gens de l'atelier doivent également lister les démarches que Denis et Jocelyne vont entreprendre.

Les exercices suivants s'attardent à deux problèmes spécifiques: le magasinage de camions et les avis de changement d'adresse.

L'animateur demande aux participants de faire l'exercice suivant en téléphonant à diverses agences de location pour s'informer des coûts et pouvoir en arriver à les comparer pour déterminer le choix de Denis et Jocelyne. Les participants deviennent ainsi habilités à consulter les pages jaunes et à chercher l'information nécessaire pour faire un bon choix.

EXERCICES

1. Denis et Jocelyne ont décidé de louer un petit camion pour déménager. Jocelyne a conçu cette grille qui va leur permettre de comparer les coûts des différentes compagnies.

GRILLE DE COMPARAISON: Camion de 12 pieds						
Nom de la compagnie	Tarif quotidien	Coût du kilomé-trage	Essence	Assu-rances	Acces-soires	Total
AVIS						
BUDGET						
HERTZ						
U HAUL						
RYDER						
AUTRE						

- Quel est le coût total de location de chaque compagnie? _____
- Quelle compagnie offre les coûts les plus élevés? _____
- Quelle compagnie offre les coûts les moins élevés? _____
- Qu'est-ce que vous recommandez à Denis et Jocelyne? _____

2. Denis et Jocelyne doivent faire la liste des services gouvernementaux et des compagnies de services qu'ils doivent aviser de leur changement d'adresse.

   Compléter les mots suivants et vous découvrirez qui ils doivent aviser.

   Au gouvernement

   - allocations familiales
   - assurance-chômage
   - bien-être social
   - ministère du revenu provincial
   - ministère du revenu fédéral
   - régie de l'assurance-maladie
   - régie de l'assurance automobile (permis de conduire)

Les diverses compagnies

- téléphone: Bell
- électricité: Hydro-Québec
- chauffage: Gaz Métropolitain
- son employeur
- cartes de crédit
- son assureur
- sa banque ou sa caisse

3. En plus d'aviser les services gouvernementaux et diverses compagnies avec lesquelles ils font affaires, Denis et Jocelyne ont plusieurs amis à aviser. Le bureau de poste de leur quartier peut leur fournir des cartes de changement d'adresse qui se postent sans frais.

Remplissez les trois cartes suivantes que Denis et Jocelyne vont envoyer à leurs amis.

L'ancienne adresse de Denis et Jocelyne était:
221, rue Lajoie - Québec - K1Z 201

Leur nouvelle adresse est:
158, rue Légaré - Québec - K1Z 302

Premier ami: Luc Jodoin
238, 14e Avenue, app. 1
Montréal (Québec)
H2V 3X5

Deuxième ami: Diane Vallée
4050, rue Linton, app. 2
Sainte-Anne (Québec)
Z1W 2X3

Troisième ami: Claude Viau
26, R.R. 2
Saint-Isidore (Québec)
X2Y 3Z6

* L'animateur doit prévoir demander à un participant de se procurer des cartes de changement d'adresse, ou d'en avoir en main lors de l'exercice.

B) LE JOUR DU DÉMÉNAGEMENT

C'est souvent le jour même du déménagement que les lacunes d'organisation apparaissent. C'est pourquoi nous suggérons que l'animateur planifie avec ses participants le déroulement de cette journée.

Activité

Les participants sont incités à se diviser en équipes de deux ou trois et réfléchir à ce que Denis et Jocelyne doivent prévoir dans le déroulement de la journée de leur déménagement.

Après avoir dégagé les différents points à prévoir les participants échangent, en grand groupe, les réponses qu'ils ont trouvées.

EXERCICES

1. C'est la journée de déménagement pour Denis et Jocelyne. Associez les prévisions qu'ils ont dû faire avec les activités qui ont lieu la journée même du déménagement. Les activités sont identifiées par des lettres et les prévisions par des chiffres.

Liste des activités faites le jour même	Les prévisions qu'ils ont dû faire
A. Les enfants ne sont pas présents	1. Louer les accessoires nécessaires pour faciliter le travail
B. On va chercher le camion loué	2. Prévoir les coûts du dîner
C. Le contenu des boîtes est bien identifié	3. Aviser la compagnie de téléphone de réinstaller le service
D. Chaque chose à sa place	4. Réserver une gardienne
E. Le dîner sera composé de pizza et de bière	5. Apporter le dépôt exigé par la compagnie de location
F. Le téléphone est débranché	6. Indiquer ce que chaque boîte contient sur une étiquette
G. Les gros appareils ménagers sont transportés avec un diable	7. Indiquer où ranger chaque boîte sur une étiquette

Réponses: A-4; B-5; C-6; D-7; E-2; F-3; G-1

2. Replacez les mots suivants en ordre et vous découvrirez le contenu des boîtes que Jocelyne a empaquetées.

te - ments - vê	vêtements
vais - le - sel	vaisselle
vres - li	livres
ma - cie - phar	pharmacie

ten - us - les - si	ustensiles
ets - jou	jouets
lin - rie - ge	lingerie
drons - chau	chaudrons
ri - tu - nour - re	nourriture
pi - ces - é	épices

c) L'EMMÉNAGEMENT

Bon nombre de gens oublient, lorsqu'ils déménagent, de vérifier les changements qu'ils devront apporter à leur nouveau logement. Quelques questions pourraient être soulevées par l'animateur qui permettraient aux participants de considérer cette autre réalité du déménagement.

Questions de réflexion

1. La peinture sera-t-elle fournie par le propriétaire?

   Si oui, il faut penser à l'indiquer sur le bail.

   Sinon, il faut prévoir cet achat dans son budget.

2. Les meubles que l'on possède entrent-ils tous dans le nouveau logement?

   Si oui, un nouvel aménagement sera stimulant.

   Sinon, il faut prévoir vendre ceux qui ne conviennent plus pour les remplacer par d'autres plus adéquats. Penser à faire des échanges avec des amis ou avec des vendeurs de meubles usagés.

3. La grandeur des fenêtres du nouveau logement est-elle semblable à celle de l'ancien?

   Si oui, pas de problème, les anciens rideaux pourront servir pour le nouveau logement.

   Sinon, il faut prévoir s'en procurer des nouveaux. Va-t-on les acheter déjà faits? Va-t-on les fabriquer soi-même? Va-t-on demander de l'aide à nos amis pour faire des échanges, pour la couture?

4. A-t-on en main toute la petite quincaillerie essentielle pour poser les supports à rideaux, les posters, les plantes?

   Si oui, tant mieux on pourra même profiter du dimanche pour aménager le nouveau logement.

   Sinon, il faut prévoir se procurer tous ces petits articles, et les calculer dans son budget, avant d'emménager.

Si vous voulez en savoir davantage sur les déménagements:

Acef de l'est, Déménager en toute tranquilité, dans Acef de l'est, été 1984.

Acef de l'est, Qu'en pensez-vous? Pour ou contre le SLTU, dans Acef de l'est, novembre 1984.

C.I.C.D. Sainte-Marie, Vous déménagez?, brochure inédite, 2766 Rouen, Montréal, H2K 1N3.

Dubois, Robert, articles ci-joints.

Gouin, Christiane, Déménager à peu de frais: difficile mais réalisable, dans "S'en sortir", Acef du centre de Montréal, volume 7, numéro 3, juin 1984.

Venne, Michel, Acheter ou louer son téléphone?, dans "S'en sortir", volume 7, numéro 4, septembre 1984.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS

DÉMÉNAGER SOI-MÊME[1]

Il faut bien planifier toute l'opération

Faire le ménage de ses affaires avant de déménager

Le déménagement à l'intérieur d'une même région coûte souvent moins cher lorsqu'on le fait soi-même. Pour être assuré de réaliser des économies de temps et d'argent il faut toutefois bien planifier toute l'opération.

Il est toujours plus profitable de faire le ménage de ses affaires avant de déménager et non pas une fois rendu dans le nouveau logement.

Pas à la dernière minute

L'emballage de vos effets s'avère une tâche moins astreignante si vous répartissez le travail sur plusieurs jours et non pas à la dernière minute lors d'un après-midi de panique. Commencez par l'empaquetage des effets dont vous n'avez pas besoin dans l'immédiat. Les item contenus dans vos placards et armoires de cuisine seront alors les dernières choses à emballer.

Préparez les boîtes d'articles indispensables. Vous pourrez ainsi, dès le premier jour de votre arrivée, déballer sans perdre de temps, literie, articles de toilette et autres effets personnels. Il est aussi très utile de constituer une trousse de déménagement dont l'utilité deviendra vite apparente. Mettez-y outils, ampoules électriques, fils de rallonge, corde, papier collant, chiffons, nettoyants, etc.

Le déballage de vos boîtes sera grandement facilité si vous notez sur chacune la pièce à laquelle elle est destinée. La façon la plus simple de procéder est d'inscrire un numéro sur la boîte correspondant à une des pièces de votre nouveau logis. Au-dessus de chacune des portes du logement vous apposez une feuille sur laquelle est inscrit le numéro de la pièce. Vos amis n'ont plus qu'à déposer les boîtes dans les pièces correspondantes. Vous éviterez ainsi le fouillis normalement associé aux journées de déménagement. Les objets dont vous ne savez pas trop quoi faire peuvent être temporairement remisés au sous-sol ou dans une pièce de rangement.

Tous vos objets de valeur doivent être emballés séparément et transportés dans votre auto et non pas dans le camion. Informez-vous auprès de votre assureur de la protection accordée à vos effets personnels, en de telles circonstances.

---

1. Robert Dubois, La Presse, Montréal, samedi 4 mai 1985

La cuisine en première place

La cuisine est toujours la première pièce à ranger le jour du déménagement. Malheureusement, ce travail prend souvent des heures et ralentit l'ensemble des autres activités. Le transport et le rangement de tous les item de la cuisine la veille du déménagement est la meilleure façon de se sentir rapidement chez soi.

Vous devez passer au bureau de poste vous procurer des "avis de changement d'adresse" à faire parvenir à vos amis, à votre banque ainsi qu'à tous vos fournisseurs. Vous pouvez aussi pour moins de 4 $, faire réacheminer votre courrier à votre nouvelle adresse.

Réglez vos comptes

Réglez vos comptes d'Hydro et de chauffage avant de quitter les lieux. Dans le cas du service téléphonique il est conseillé de faire vos démarches le plus tôt possible afin d'activer rapidement le service à votre nouvelle résidence. Vous pouvez conserver votre ancien numéro uniquement si la nouvelle maison est desservie par la même centrale téléphonique que votre résidence actuelle.

Prenez-vous au moins un mois à l'avance pour réserver votre camion et aviser vos amis que vous avez besoin de leur aide. Il ne sert à rien de se munir d'une simple remorque ou d'un petit camion si vous avez un mobilier complet à déménager. L'argent épargné à la location sera vite oublié lorsque vous aurez à faire plusieurs voyages pour transporter votre ménage. Un logement de cinq pièces et demi peut aisément se contenir dans un camion d'une longueur de 20'. Appelez chez les principales maisons de location afin d'obtenir les tarifs et le montant facturé au kilométrage. A titre d'exemple, un camion de 20' coûte environ 60 $ par jour en location. Les frais de kilométrage oscillent aux alentours de 0,20 $ le kilomètre et les frais d'assurances sont d'une quinzaine de dollars. Ajoutez 25 $ pour un diable, des courroies et quelques couvertures ainsi que 10 $ pour l'essence et vous aurez à défrayer un total de 120 $ pour la journée. Prévoyez aussi les frais de bouffe pour nourrir tous vos amis. Vous vous en tirerez malgré tout à meilleur compte que si vous aviez fait appel à un déménageur professionnel. Vous devez toutefois accepter d'être seul responsable des bris et autres petits malheurs inévitables.

CHOISIR SON DÉMÉNAGEUR[1]

Il faut savoir y mettre le temps si vous tenez à vos possessions; évitez les "amateurs"

Si vous tenez à vos possessions, il faut prendre la peine de choisir son déménageur avec soin. Les bris, les pertes et les fraudes guettent les consommateurs faisant affaire avec des "amateurs" sans expertise, sans assurances et surtout sans scrupules.

Si vous déménagez à l'intérieur d'une même région, vous ferez appel aux services d'un déménageur local. Il est dans votre intérêt d'exiger une entreprise détenant un permis en règle de la CTQ. A défaut de quoi, vos biens ne seront peut être pas protégés par l'assurance du transporteur. Chacune des compagnies ayant un permis de la CTQ doit en effet assumer une responsabilité sur les biens transportés. La responsabilité maximum assurée par le déménageur est de 4,40 $ le kg ou 2 $ la lb.

Traiter avec un déménageur accrédité auprès de la CTQ vous fournit aussi la possibilité de recours en cas de mésentente. La CTQ ne peut en aucun cas vous aider si vous faites affaire avec des artisans opérant dans l'illégalité.

Les déménageurs locaux facturent leurs services sur une base horaire alors que les transporteurs "longue distance" établissent leur prix en fonction du poids total du chargement.

Taux horaires pour les déménageurs locaux

	Minimum	Maximum
Camion + 2 hommes:	45,40 $	52,15 $
Camion + 3 hommes:	61,15 $	70,50 $
Camion + 4 hommes:	76,90 $	88,85 $

Ces chiffres ne tiennent pas compte des jours fériés et du travail les fins de semaine. Le samedi, les déménageurs facturent le "temps et demi" et le dimanche "le temps double". Tous les jours de fête, notamment le 1er juillet, se facturent aussi au double tarif.

Il est conseillé de demander des estimations auprès d'un minimum de trois entreprises avant de signer le contrat.

---

1. Robert Dubois, La Presse, Montréal, samedi 4 mai 1985

AOÛT

"MON ÉCOLE EST LA PLUS BELLE"

Plusieurs participants aux ateliers d'alphabétisation et de mathématiques sont grandement touchés par le rentrée scolaire. Leurs enfants pénètrent dans un nouveau milieu où ils sont souvent confrontés à de nouvelles valeurs. En changeant nos valeurs, on devient souvent plus vulnérables. Vulnérables aux pressions de nos enfants, de notre entourage. Vulnérables également à la publicité faite à l'occasion de la rentrée scolaire.

Par ailleurs, la rentrée scolaire est souvent synonyme d'achats, de dépenses, que ce soit pour les vêtements, les articles scolaires, les à-côtés. Comment garder la tête froide?

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- reconnaître deux aspects à la publicité 1° aspect informatif 2° aspect incitatif	- lire et cerner l'aspect informatif de la publicité	
- amener les participants à s'interroger relativement à l'achat de certains objets dits indispensables pour la rentrée scolaire	- lire et cerner l'aspect incitatif de la publicité	- apprendre à calculer ses achats
- confronter son expérience de consommation à celle des autres	- discuter, échanger sur le côté émotif de certains choix	- faire des prévisions d'achats sur une période de plus d'une semaine
- devenir critique face à ses choix personnels de consommation		
- apprendre à choisir en fonction de ses besoins réels et de ses capacités de payer	- apprendre à discerner l'indispensable du superflu dans une liste d'achats scolaires	- comparer le coût de plusieurs articles similaires
- apprendre à penser à long terme		

MISE EN SITUATION

Déjà, au mois d'août, les divers magasins sont inondés d'aubaines concernant la rentrée scolaire. On y retrouve de tout, allant des vêtements en passant par des feuilles et des cartables jusqu'aux souliers et vêtements sport que l'on doit porter.

Des slogans de toutes sortes tapissent les feuillets publicitaires permettant pour les uns une rentrée scolaire "fracassante" et pour les autres "un départ du bon pied"...

Devant tout ce battage publicitaire, il y a pourtant moyen de garder la tête froide.

Une première activité peut déclencher une réflexion à ce sujet.

- Les participants sont incités à apporter à un atelier subséquent, des feuillets publicitaires de différents magasins. Donc durant une semaine, ce sont eux qui vont apporter du matériel pour le cours.

- A l'atelier, chacun présente le matériel qu'il a apporté relativement aux "spéciaux" de la rentrée scolaire.

- Ensemble le groupe examine les diverses suggestions des détaillants. Il est alors intéressant de noter:

  1° le nom du détaillant (il influence souvent les acheteurs)

  2° les dates limites du "spécial"

  3° les types d'articles, par exemple:
  - vêtements
  - articles scolaires
  - articles "d'accompagnement"

  4° le prix de chaque article

  En procédant de cette façon, l'analyse de l'information recueillie se trouve grandement facilitée.

  Un autre point sur lequel il faudrait attirer l'attention des gens c'est que parmi les articles mis en vente, dans chacun des feuillets publicitaires certains n'ont aucun lien direct ou indirect avec le fait de recommencer l'année scolaire.

La grille suivante pourrait être utilisée au fur et à mesure qu'on identifie chaque feuillet publicitaire en groupe:

1. Nom du détaillant	Woolco	Woolworth	Bonimart	Miracle Mart
2. Dates limites du "spécial"	13 au 21 août	10 au 16 août	22 au 31 août	15 au 22 août
3. Types d'articles et leur coût a) vêtements	. jeans Lee 19,95 $. souliers de course 32,95 $. tee-shirt 12,52 $ etc.	. jeans Lewis 18,95 $. souliers de course 15,50 $ etc.	idem	idem
b) articles scolaires	. paquets de 500 feuilles 4,90 $. cahiers spiralés à anneaux 1,19 $. crayons H-B paquet de 10 2,50 $	. paquets de 1000 feuilles 10,50 $. cahiers "Canada" 5/1,50 $. crayons bic 1 paquet/4 1,95 $	idem	idem
c) articles d'accompagnement	. cartable à anneaux 2,99 $. boîte à lunch et thermos 5,95 $. sac à dos en toile 5,50 $	. boîte à lunch "Snoopy" 4,58 $. thermos "La guerre des étoiles" 2,95 $. sac d'école en vinyle 6,50 $	idem	idem
4. Autres articles*	. bas de nylon 0,99 $. épingles à cheveux 0,79 $	. shampoing pour bébé . pyjama 2-3 X	idem	idem

* Il nous semble intéressant de noter les articles qui n'ont aucun lien avec la rentrée scolaire. En cette occasion comme en beaucoup d'autres (Noël et Pâques par exemple), les marchands tentent souvent d'écouler de la vieille marchandise en l'incluant dans les soldes d'événements spéciaux.

A l'aide de la grille, l'animateur interroge les participants sur leur intention (fictive ou réelle), d'achat.

> "Si vous aviez à choisir parmi ces différents jeans, lequel achèteriez-vous pour votre enfant?
>
> ...parmi ces différentes boîtes à lunch, laquelle choisiriez-vous?"

Il est alors intéressant de voir, parmi les réponses apportées, quels sont les arguments invoqués pour étayer les choix.

- la réputation du magasin
- le prix
- la connaissance du produit
- l'expérience à l'utilisation de ces produits par les enfants

A cette étape-ci il est important de s'arrêter sur la nature même des arguments:

1° L'impression: la réputation d'un magasin*

Par exemple un participant invoque la réputation d'un magasin en particulier plutôt que celle d'une autre. Une question pourrait surgir: "Êtes-vous déjà allé acheter chez tel ou tel autre concurrent? Si oui qu'est-ce qui vous fait choisir ce magasin et pas cet autre où vous êtes déjà allé? Si non, pourquoi n'êtes-vous jamais allé ailleurs, comment pouvez-vous comparer?"

2. Le vécu: connaissance du produit et expérience d'utilisation

Ce critère est souvent invoqué pour choisir un type d'article plutôt qu'un autre. Il nous semble important d'attirer l'attention des participants sur l'importance de leur expérience. Le vécu est de nature à apporter des informations pertinentes quant à la qualité et la durabilité d'un produit.

3. La réalité: le prix et la qualité d'un produit

Le critère prix est souvent celui qui influence le plus le choix des achats. Pourtant il faut aussi tenir compte du rapport qualité/prix. Par exemple on peut-être tenté par l'achat des crayons les moins chers mais si la qualité du bois et de la mine fait en sorte que les enfants doivent en utiliser deux fois plus, est-ce une réelle économie? Dans ce sens le vécu prend alors beaucoup d'importance.

---

* Ce type d'argument peut-être invoqué soit parce qu'on n'ose pas aller ailleurs de peur de ne pas "se retrouver" soit parce que, après des essais ailleurs on a <u>choisi</u> de revenir.

Un autre volet que celui de la comparaison peut alors être abordé: celui du message implicite de la publicité écrite.

> "Si on examinait les feuillets publicitaires que vous avez apportés? Voyons comment ils sont faits et quel genre d'information ils nous donnent".

1. Information sur la nature même des articles

   a) la description (tissus, couleur)
   b) la quantité ou la grandeur
   c) le prix de chaque article

2. Information "incitative": qui invite à l'achat

   a) peut être un titre, une phrase
   b) peut être la façon même dont est composée la page publicitaire

- L'animateur invite les participants à essayer de séparer les deux genres d'information qu'ils vont remarquer sur un feuillet publicitaire de leur choix.

- Ensuite, les participants mettent leur travail en commun, soit par un court texte écrit, soit par une présentation au reste du groupe.

- Les participants sont ensuite invités à cerner, dans les diverses publicités faites à la télévision, l'aspect informatif et l'aspect incitatif.

On peut accorder une semaine aux participants pour prendre note de leurs diverses observations.

A un autre cours, après l'énumération et la critique des différents messages publicitaires, l'animateur revient avec la notion de message informatif et message incitatif et les attitudes qu'ils déclenchent.

EXERCICE 1

Chaque année, les parents reçoivent la liste de fournitures scolaires dont ont besoin les enfants qui fréquentent l'école. Monique est une mère de famille. Elle vient de recevoir la liste d'achats de ses deux enfants.

"Je vous passe les listes de Monique. Regardez-les et répondez aux questions.

1re année
. 1 paquet de 10 crayons . 1 efface à mine . 3 cahiers à l'encre à double interligne . 3 cahiers à mine à double interligne . 2 duo-tang . 1 tablette à mine . 1 cahier de catéchèse bleu

3e année
. 2 paquets de 10 crayons . 1 efface à mine . 1 crayon à l'encre rouge . 5 cahiers à l'encre à double interligne . 6 cahiers à mine à double interligne . 5 duo-tang . 3 tablettes à mine . 1 cahier de catéchèse bleu . 1 paquet de feuilles 17 X 28 cm

1 - Combien de paquets de crayons Monique doit-elle acheter en tout? 1 + 2 = 3 paquets
2 - Combien de cahiers à l'encre? 3 + 5 = 8 cahiers
3 - Combien de cahiers à mine? 3 + 6 = 9 cahiers
4 - Combien de duo-tang? 2 + 5 = 7 duo-tang
5 - Combien de tablettes? 1 + 3 = 4 tablettes
6 - Combien de cahiers de catéchèse? 1 + 1 = 2 cahiers

Note: Pour connaître les prix, consultez les feuillets publicitaires.

b) Pour la liste de 1re année, Monique dépensera combien? Pour la liste de 3e année, cela coûtera combien? Combien va-t-elle dépenser en tout?

c) Monique n'a pas assez d'argent pour tout acheter maintenant. Quels articles lui suggéreriez-vous d'éliminer, quitte à les acheter plus tard?

EXERCICE II

"Remettre en question ses attitudes à partir d'un texte déclencheur".

- L'animateur remet une copie du texte qui suit à chaque participant. Il invite deux participants à jouer les rôles de l'intervieweur et de l'interwiewé lors de la lecture à haute voix.

- L'animateur explique en gros ce que contient le texte: impressions des enfants, réactions des parents, influence du milieu, des amis, etc.

- A la suite de cette lecture, les questions qui suivent peuvent servir à alimenter la discussion entre les participants.

QUESTIONS DE RÉFLEXION SUR LE TEXTE

1. Dans le texte, au début, il est dit que le gouvernement accorde 35 $ par enfant pour la rentrée scolaire.

   a) Vous, avez-vous déjà fait le calcul de ce que coûte la rentrée scolaire de votre ou vos enfant(s)?

      Si oui, combien d'argent cela représente-t-il?

      Si non, seriez-vous capable d'en estimer les coûts?

   b) Si vous disposiez de 35 $ pour acheter ce qui est nécessaire pour la rentrée scolaire, comment procéderiez-vous? Que laisseriez-vous tomber? Qu'est-ce qui serait essentiel selon vous? Pourquoi?

2. Une adolescente dit: "...quand je demande de l'argent à ma mère, elle me dit: "Pas encore! C'est pas moi qui demande de l'argent, c'est le professeur."

   Est-ce que cela vous est déjà arrivé d'être dans une situation comme ça? Comment avez-vous réagi?

3. Quand la rentrée scolaire arrive, comment faites-vous les prévisions des dépenses que cela entraîne? Est-ce que vous achetez des choses à l'avance? Est-ce que vous limitez votre budget accordé à ces dépenses?

4. Lorsque vous allez magasiner pour les articles d'école, amenez-vous vos enfants avec vous? Y allez-vous seul(e)?

   Est-ce que vous discutez avec vos enfants de ce que vous allez leur acheter? Faites-vous des choix ensemble avant de vous rendre dans les magasins?

5. La rentrée scolaire, ça veut dire quoi dans votre famille?

Dans le texte une adolescente dit: "Pour ma mère, c'est le mois de septembre qui est le plus dur". Est-ce pareil chez-vous?

AUTOUR D'UNE TABLE,[1]

des enfants d'assistés sociaux

EN TANT QU'ENFANT D'ASSISTÉ SOCIAL, COMMENT VOUS VIVEZ CELA LA RENTRÉE SCOLAIRE?

- Je trouve cela gênant. Tu t'en vas à l'école, pis là t'as tes affaires à acheter. Ta mère n'a pas reçu son chèque; il faut que tu attendes.

- T'arrives à l'école, tout le monde a du linge neuf. On te regarde parce que tu n'en a pas. C'est gênant.

ÇA COÛTE CHER, VOUS ACHETER VOS AFFAIRES POUR L'ÉCOLE?

- Cela coûte 35 $ pour l'inscription, l'agenda et la photo pour la carte étudiante. Il a fallu aussi que je m'achète des cahiers d'exercices et des livres d'école.

- Ça a coûté 80 $ pour m'acheter du linge. J'ai dû apporter 14 $, la première journée. Y a des livres que j'ai dû payer et des fournitures scolaires. L'année passée, j'ai dû m'acheter une calculatrice. Pour ma mère, c'est le mois de septembre qui est le plus dur.

ÊTES-VOUS GÊNÉ PAR RAPPORT AUX AUTRES PARCE QUE VOUS ÊTES ASSISTÉ SOCIAL?

- C'est plutôt les élèves qui ont des réactions. Comme le 1er du mois, ils disent: "Regardez demain, y a ben du monde qui va avoir des jeans neufs".

- La moitié de ma classe sont sur le bien-être. Y sont ben gênés. Y osent pas l'admettre. Ils en parlent pas. Pis moi, non plus!

---

1 OPDS, R M (Organisation populaire des droits sociaux, région de Montréal), L'OPDS en direct, novembre 1984, n° 19.

LES PROFS PASSENT-ILS DES COMMENTAIRES PAR RAPPORT AUX ASSISTÉS SOCIAUX?

- En orientation, ils parlaient de ceux qui étaient sur le B.S.: c'était la caisse de bière, le câble, la T.V. payante.

- Parfois, ils en passent parce qu'on a pas d'argent mais c'est pas correct parce qu'eux autres, ils sont chanceux d'avoir une job.

- Moi, j'ai un prof qui est pas mal correct pis qui a ramassé un étudiant qui a fait une farce sur les assistés sociaux.

COMMENT VOUS VOUS SENTEZ, QUAND VOUS ÊTES OBLIGÉ DE DEMANDER DE L'ARGENT À VOS PARENTS POUR L'ÉCOLE?

- Bien souvent, quand je demande de l'argent à ma mère, elle me dit: "Pas encore!" C'est pas moi qui demande de l'argent, c'est le professeur!" Je le sais qu'elle en a pas.

- Des fois, ma mère écrit un mot au professeur. Je trouve cela moins gênant que d'être obligé de lui dire.

QU'EST-CE QUE LE GOUVERNEMENT DEVRAIT FAIRE POUR CA?

- Je voudrais que l'école soit vraiment gratuite, qu'il augmente les chèques d'aide sociale.

- Que l'école soit gratuite pour que je puisse avoir mon métier pis pas être sur le bien-être, plus tard!

QU'EST-CE QUE VOUS VOULEZ FAIRE, PLUS TARD?

- Je veux devenir infirmière auxiliaire. Moi, je voudrais être docteur. Moi, j'aimerais être une police. Moi, c'est la décoration qui m'intéresse.

Si vous désirez en savoir plus sur la publicité:

Commission des droits de la personne du Québec, Le multiculturalisme et la publicité, allocution prononcée par Esmeralda Thornhill, Montréal, 15 juin 1982.

Office de la protection du consommateur, La publicité expliquée aux enfants, guide d'accompagnement - série de quatre diaporamas, produits par l'O.P.C.

Collectif (Laboratoire de recherche en sciences administratives), La publicité, document produit par l'Office de la protection du consommateur et le département des sciences administratives de l'Université du Québec à Montréal, juin 1980.

Il existe également un document audiovisuel que vous pouvez vous procurer à l'Office de la protection du consommateur: "Le miroir aux alouettes", portant sur la publicité, de la série "Faut voir à son affaire".

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

ACTIVITÉS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

SUGGESTIONS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

SEPTEMBRE

BOOMERANG

Souvent pris entre le retour des vacances, la rentrée scolaire et parfois même un déménagement au cours de l'été, les gens se trouvent aux prises avec une accumulation de comptes: téléphone, électricité, gaz, tels un boomerang, reviennent à leur point d'origine: le consommateur. "Boomerang" traitera donc de ce volet du logement sans cesse présent: les nombreux comptes à acquitter si l'on veut se préserver de l'endettement. N'oublions pas qu'en avril et en mai, on a fait un budget-logement avant d'emménager.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	**MATHÉMATIQUES**
- amener une réflexion de groupe face à l'accumulation des comptes	- faire une brève enquête téléphonique auprès de certaines compagnies de services concernant les ententes de paiement	- appliquer les notions d'addition et de soustraction dans des problèmes de vie courante
- familiariser les participants avec les factures des trois principales compagnies de services: . Bell Canada . Hydro-Québec . Gaz Métropolitain	- comprendre les diverses sections d'une facture et les termes s'y rattachant	- comprendre la notion d'arrérages et les modes de facturation
- renseigner les participants sur les divers modes de paiement: . chèques . mandat-postes . paiements directs à la banque		

INTRODUCTION

Pour aborder les notions de lecture des comptes courants nous avons choisi de les présenter séparément. Pour chaque service nous présentons:

1e: un exemple de facture
2e: un exemple de carte de paiement ou coupon de caisse
3e: un avis de déménagement.

Ceci offrira aux participants l'avantage de se familiariser avec chaque type de facturation pour, dans un deuxième temps, en arriver à généraliser la notion de facturation. Les compagnies retenues sont: Gaz Métropolitain, Hydro-Québec et Bell Canada.

MISE EN SITUATION

- L'animateur peut inviter les participants à apporter leurs comptes courants à l'atelier.

- L'animateur remet à chaque participant un exemplaire de compte, un exemplaire de carte de paiement et un exemplaire d'avis de changement d'adresse de la compagnie de Gaz Métropolitain. Le groupe est invité à examiner chaque exemplaire de compte et de paiement en parallèle.

1. Facture de Gaz Métropolitain

   - L'animateur attire l'attention des participants sur l'information commune aux deux formulaires à savoir:

     - le numéro de compte
     - le nom de l'abonné
     - la date d'échéance de la facturation
     - le montant du compte.

   - Il faut expliquer aux participants l'importance de la date d'échéance lorsque l'on tient un budget familial et que les paiements doivent être inclus dans les prévisions budgétaires que l'on fait.

Exercices

1. A partir des factures que vous avez sous les yeux, donnez:

   a) le numéro du compte de l'abonné

   Réponse: 12 33 08

   b) la date de facturation

   Réponse: 18-04-84

   c) la date d'échéance du paiement de la facture.

   Réponse: 9 mai 84

FACTURE

a) b)

NUMÉRO DE COMPTE	DATE DE FACTURATION	GAZ
12 33 08	18 | 04 | 84	MÉTROPOLITAIN

BUDGET MENSUEL/MONTHLY INSTALMENT 43,00 $

Léo Labrie
30, rue Lebel
Laval
H2X 2B7 86,00 $

BUDGET
SOLDE DE COMPTE*
ACCOUNT BALANCE
200,97 $

Date d'échéance de la facturation courante	jour	mois	an
	09	05	84

c) d)

CARTE DE PAIEMENT

12	33	08	Léo Labrie	09	05	84	86,00 $	86,00 $ net

Gaz Métropolitain inc.

dernier jour pour payer le montant net

CARTE DE PAIEMENT

2. Cet abonné doit déménager. Il veut aviser la compagnie de gaz de son déménagement. En sachant que:

a) Il déménage le 1er juin de la même année

b) Il déménage au: 211, 3e rue
Laval, Québec, H2W 2X0

Remplissez la formule de déménagement qu'il doit renvoyer à la compagnie.

FORMULAIRE DE DÉMÉNAGEMENT

Gaz Métropolitain

DÉMÉNAGEZ-VOUS? Si oui, veuillez remplir cette formule en lettres moulées

IMPORTANT no. du Compte		1	2		3	3		0	8

DATE DE DÉMÉNAGEMENT — J: 1 | M: 6 | A: 84

NOM-NAME: L A B R I E — L É O

NOUVELLE ADRESSE

no.: 2 1 1 — 3 e R U E

app.: — code post.: H 2 N 2 X 0 — téléphone:

VILLE: L A V A L

à ma nouvelle adresse j'utiliserai le gaz pour: cuisson ☐ chauffage ☑ chauffe-eau ☐ autres ☐

ANCIENNE ADRESSE no. 31 rue Lebel — app. no. ---

ville LAVAL

3. Comme on peut le voir sur la facture, cet abonné a profité d'un plan de budget mensuel.

   a) A combien s'élève son budget mensuel?

      Réponse: budget mensuel de 43 $

   b) Le montant total de la facture représente combien de mois de paiement?

      Réponse: total de la facture: 86 $

      budget mensuel : 43 $

      Donc 86 ÷ 43 = 2 mois de paiement

4. Un budget mensuel répartit les paiements de façon égale tous les mois. Les paiements sont approximatifs, ce qui veut dire que l'abonné va recevoir un crédit à la fin de son plan budgétaire ou devoir payer la différence entre le montant approximatif et la consommation réelle.

   En regardant la facture de Léo, pouvez-vous dire quel est le solde de son compte?

   Réponse: le solde est de 200,97 $

* L'animateur pourrait demander aux participants de lui expliquer ce que signifient les expressions suivantes, en les aidant au besoin.

Plan budgétaire: modalité de paiement qui répartit de façon égale les paiements des factures.

Solde : montant non payé qui s'accumule et que l'abonné doit rembourser à la fin de son plan budgétaire.

Crédit : montant que la compagnie doit remettre à un abonné en le soustrayant des futures facturations.

2. FACTURE D'HYDRO-QUÉBEC

La deuxième facture de services à étudier est celle d'Hydro-Québec. L'animateur invite les participants à faire un parallèle entre les factures d'Hydro-Québec et de Gaz Métropolitain.

Une copie de facture et de coupon de caisse est remise à chaque participant.

L'animateur note les différences et les ressemblances au tableau.

Ressemblances	Différences
1. Les deux factures fournissent des informations comme: a) le nom et l'adresse de l'abonné; le numéro d'abonné b) la date de facturation c) la date d'échéance de paiement d) le montant total facturé e) les relevés	1. La partie "paiement" ne porte pas le même nom Gaz Métropolitain: carte de paiement Hydro-Québec: coupon de caisse
2. Dans les deux parties (facture et paiement) les deux factures reprennent les informations suivantes: a) nom et numéro de l'abonné b) montant total à payer c) la date d'échéance	2. La partie coupon de caisse de l'Hydro est en papier tandis que celle du Gaz Métropolitain est cartonnée et perforée.

EXERCICE

HYDRO-QUÉBEC
facture

no de l'abonné
223456 654321

Paul Venne
2, rue Épic
Montréal
C2Z 1V5

Montant total facturé 43,37 $

Échéance - facturation courante	Jour	mois	année
	13	02	85

explications au verso

Hydro-Québec Coupon de caisse

77 2116 7351 4009 000004337 60

	223456 654321	
	numéro de l'abonné	zone

c

montant total à payer
43,37 $

Paul Venne
2, rue Épic
Montréal
C2Z 1V5

s		13	02	85
25	04			

Retourner avec votre remise et NE PAS AGRAFER

A partir de la facture et du coupon de caisse, les participants répondent aux questions suivantes:

1. Quel est le nom de l'abonné?

   Réponse: Paul Venne

2. Quel est le numéro de l'abonné?

   Réponse: 223456 654321

3. A quelle date l'abonné doit-il payer sa facture?

   Réponse: 13 février 1985

4. Quelle partie doit-il retourner avec son paiement?

   Réponse: le coupon de caisse

5. A quel montant s'élève sa facture?

   Réponse: 43,37 $

Activité

Le but de cette activité est d'attirer l'attention des participants sur les informations pertinentes contenues dans les avis d'interruption. Chaque participant reçoit une copie de l'avis d'interruption.

AVIS D'INTERRUPTION

Hydro-Québec

Émission | jour 19 | mois 09 | année 85

no de l'abonné 223456 654321

Avis d'interruption
Si votre facture n'est pas acquittée immédiatement, nous serons dans l'obligation d'interrompre le service et vous devrez verser un minimum de 22,00 $ pour son rétablissement.

CODE DESCR.	MONTANT FACTURÉ
AR	24,66 $
AR	26,32 $

Si toutefois vous avez acquitté ce montant au cours des derniers jours, veuillez ne pas tenir compte du présent avis.

Montant total facturé 52,49 $
Montant échu 52,49 $

Renseignements
8245 Esplanade
Montréal H2P 2R5

381-4611
téléphone

Paul Venne
2, rue Épic
Montréal C2Z 1V5

L'animateur demande aux participants s'ils connaissent ce genre de facture. Il attire leur attention sur les particularités de l'avis.

1e: Le terme, **AVIS D'INTERRUPTION** et non pas facture est employé pour distinguer cette facturation des facturations courantes

2e: La mise en garde de l'Hydro est claire, bien que signifiée en tous petits caractères:

Si votre facture n'est pas acquittée immédiatement, nous serons dans l'obligation d'interrompre le service et vous devrez verser un minimum de 22,00 $ pour son rétablissement.

3e: Contrairement aux factures, les montants sont nombreux et indiqués avec la cote AR qui signifie arriérés (montants dûs).

Puisque l'avis d'interruption ne donne au client, aucune indication concernant un arrangement possible entre l'Hydro-Québec et l'abonné, il faut donc inciter les participants à s'informer auprès des services de renseignements du bureau de leur région des possibilités de budgétisation sur douze mois d'Hydro-Québec. Le numéro de téléphone ainsi que l'adresse du bureau apparaissent au coin inférieur gauche de l'avis.

Quelques participants pourraient être désignés pour téléphoner et ramener les informations au groupe à un cours subséquent.

Avant d'aborder la facturation de la dernière compagnie, l'exercice suivant permettra aux participants d'appliquer le savoir-faire qu'ils ont acquis avec le formulaire de changement d'adresse du Gaz métropolitain.

EXERCICE

L'animateur remet une photocopie d'avis de changement d'adresse de l'Hydro-Québec à chaque personne, avec la consigne suivante:

> "L'abonné Paul Venne dont nous avons examiné les factures a décidé de déménager le 15 novembre 1985 à Brossard, au 23, rue Viens. Pouvez-vous remplir l'avis qu'il doit poster à l'Hydro, en vous servant des factures sur lesquelles on a déjà travaillé?"

3. FACTURE DE BELL CANADA

L'animateur remet à chaque participant une copie des factures de Bell Canada, ainsi que la carte de paiement.

FACTURE DE BELL CANADA

BELL

date de facturation	votre no de téléphone
1984 09 19	514 288-9999
no de téléphone du Service à la clientèle	111-3333

Luc Lauzon
1, 3e Avenue, app. 6
Montréal (Québec)
H2Z 3V2

1 cte précédent	13,08
7*tarif mensuel	12,00
taxe	1,08
8 commnic. tarif.	11,81
taxe	1,07
Total maintenant dû	39,04

BELL Communications tarifées

Mois	Jour	Endroit	Réduction	Montant
08	20	Waterloo	5,91	11,81

CARTE DE PAIEMENT

date du compte		
84	09	19

- si vous payez votre compte en personne, veuillez remettre cette carte avec le relevé
- si vous payez par la poste, veuillez retourner la carte seulement, avec le paiement
- établir le chèque ou le mandat-poste à l'ordre de Bell Canada

BELL CANADA

L'animateur invite les participants à faire les exercices ci-après à partir de la facture qu'ils ont en main.

EXERCICE

1. En vous servant de la facture de Bell Canada, remplissez les sections suivantes:

		Réponses	
1.	Compte précédent	13	08
7.	Tarif mensuel	12	00
	Taxe	1	08
8.	Communications tarifées	11	81
	Taxe	1	07
	Total maintenant dû	39	04

2. Quel est le numéro de téléphone de l'abonné?

   Réponse: 514-288-9999

3. a) A quel date l'abonné a-t-il fait un interurbain?

      Réponse: 20 août

   b) A quel endroit a-t-il téléphoné?

      Réponse: Waterloo

   c) Combien lui a coûté son appel téléphonique?

      Réponse: 11,81 $

   d) Quel est le montant de la réduction auquel il avait droit?

      Réponse: 5,91 $

4. Sur la carte de paiement on suggère deux façons de payer le compte. Quelles sont-elles?

   Réponse: payer le compte en personne ou payer le compte par la poste

5. Sur la carte de paiement on nous indique à quel nom on doit faire notre chèque ou notre mandat-poste si on paie par la poste. A quel nom doit-on faire le chèque?

   Réponse: au nom de Bell Canada

* A la suite de cet exercice l'animateur pourrait informer les participants des manières possibles d'acquitter un compte:

   1) en personne, à notre banque. Le caissier remet alors la partie à conserver, étampée avec la date et le nom de la banque ce qui est une preuve de paiement

   2) par la poste, avec l'enveloppe-retour qui accompagne les factures, soit par un chèque fait au nom de la compagnie soit par un mandat-poste fait aussi au nom de la compagnie.

Ici il serait important de souligner les différences entre un chèque et un mandat-poste.

Différences entre le paiement par chèque et par mandat-poste

Chèque	Mandat-poste
- on le remplit chez soi, en indiquant sur notre bordereau de carnet de chèque le montant, la date et le nom de la compagnie	- on va au bureau de poste et on demande au caissier de nous faire un mandat-poste au montant de notre facture. On doit compléter les informations du mandat soi-même: . nom et adresse de la compagnie à qui on établit le mandat . nom et adresse de l'abonné (la nôtre)
- on l'insère dans l'enveloppe-réponse avec la carte de paiement	- on insère le mandat (la partie cartonnée) dans l'enveloppe-réponse avec la carte de paiement
- on poste l'enveloppe-retour en n'oubliant pas d'y poser un timbre	- on poste le tout en n'oubliant pas de poser un timbre
- coût de ce mode de paiement: . montant de la facture . coût du timbre-poste . frais d'administration de la banque	- coût de ce mode de paiement: . montant de la facture . coût du timbre . frais pour le mandat

L'animateur peut susciter des échanges sur les modes de paiement des participants en posant les questions suivantes:

1. Quel est le mode de paiement qu'ils utilisent (en personne ou par la poste)?

2. Quels avantages ils y trouvent?

3. A quelle fréquence ils acquittent leurs factures. Cette discussion peut amener les gens à parler des retards de paiement et des causes qui s'y rattachent

   - trop gros montants surtout durant les mois d'hiver (difficulté à joindre les 2 bouts)
   - manque d'argent, on oublie de prévoir (budget)
   - difficulté à comprendre la facturation
   - oubli des dates d'échéance etc.

Le groupe peut également aborder un autre volet qui concerne la consommation et l'utilisation de ces services essentiels et plus précisément:

1e: la consommation d'électricité
2e: les paiements égaux
3e: les tarifs réduits des interurbains

Nous conseillons aux animateurs intéressés à pousser plus loin dans ce domaine à faire appel aux services à la clientèle des trois compagnies - Bell Canada, Hydro-Québec et Gaz Métropolitain - en leur demandant leurs feuillets d'information sur les sujets que le groupe aura choisi d'approfondir. Règle générale ces compagnies se font un plaisir d'offrir gratuitement toute la documentation pertinente.

Si vous désirez en savoir plus long:

Répertoire Energuide 1983, publié par Consommation et Corporations Canada.

Publiés par Confort au foyer Esso:

Programme de paiements égalisés, la solution rêvée.

Oublier les grosses factures de mazout quand l'hiver est au plus fort.

Publiés par Énergie, Mines et Ressources Canada:

Comment détecter et colmater les fuites d'air, dans "Enerdoc", AF7, décembre 1983.

L'amélioration thermique des fenêtres, dans "Enerdoc", BF1, juillet 1983.

Les systèmes de chauffage: guide du consommateur, septembre 1983.

Liste de vérification des économies d'énergie au foyer, dans "Enerdoc", juillet 1984.

Quelques mesures d'économies peu coûteuses, simples et ingénieuses, dans "Emprisonnons la chaleur", avril 1983.

Publiés par Gaz Métropolitain:

Surprise Surprise, feuillet.

La belle énergie, feuillet.

Publiés par l'Hydro-Québec:

Consommation moyenne de divers appareils électriques pour une période de deux mois.

Échec au gaspillage d'électricité.

Hydro-Québec vous explique votre compteur et votre facture, 1984.

Le mode de versements égaux, des factures mensuelles identiques.

Les causes des interruptions de courant dans votre demeure, dans "L'Hydro-Québec vous explique les interruptions d'électricité".

Nos appareils électriques consomment-ils trop d'énergie?

Pour prévenir l'incendie d'origine électrique

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

ACTIVITÉS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

SUGGESTIONS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

OCTOBRE

QUELS RECOURS?

Les thèmes des mois d'avril et d'août traitaient de nos attitudes de consommateurs. Il faut bien l'avouer: bien que nous soyons préparés à faire des choix, à tenir compte de nos besoins et de nos ressources financières, il n'en demeure pas moins qu'une annonce publicitaire peut nous induire en erreur. Que pouvons-nous faire face à cette situation? Comment régler un problème de cet ordre? Durant ce mois d'octobre nous nous pencherons sur la publicité trompeuse et les recours que nous possédons comme consommateurs.

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- cerner et reconnaître certaines infractions concernant la publicité et les pratiques commerciales; - s'informer et prendre connaissance de certains recours simples (nos droits de consommateur); - pouvoir faire certaines démarches de type légal; - découvrir les ressources existantes en matière de recours légaux.	- apprendre à bien lire les feuillets publicitaires (vérifier les quantités, dates, restrictions comprises dans un feuillet); - connaître certaines expressions juridiques; - devenir habilité à donner des informations verbales claires; - comprendre le formulaire de plainte général de l'Office de la protection du consommateur; - apprendre à le lire - apprendre à le remplir	

MISE EN SITUATION

Pour amener les participants de l'atelier à une réelle prise en charge de quelques éléments des recours possibles une seule démarche nous semble sécurisante: partir du plus simple en allant au plus complexe.

Utiliser des recours nécessite au départ deux choses:

1° reconnaître quand on est lésé dans une situation

2° connaître les ressources possibles.

Donc il faut amener les participants à discerner les fraudes possibles en publicité. Une bonne connaissance de la loi pourrait sûrement aider mais comme les gens qui viennent à vos ateliers ont de la difficulté à lire, leur jugement, dans plusieurs cas, pourra pallier cette lacune éventuelle.

Quelques cas seront présentés dans le but d'amener les gens à en discuter.

Dans un deuxième temps, après avoir bien cerné les différentes situations frauduleuses, il sera possible d'en examiner les solutions possibles.

Dans cette démarche, différents exercices seront proposés dans le but de découvrir quelques mots de vocabulaire juridique. Finalement les participants seront amenés à se familiariser avec les formulaires de plainte utilisés dans les différents bureaux régionaux de l'Office de la protection du consommateur.

MÉTHODOLOGIE

Quelques cas

L'animateur présente aux participants trois cas différents. Les textes peuvent être lus à voix haute soit par un participant soit par le formateur.

EXERCICE

"Cécile fait son épicerie en se fiant aux spéciaux de la semaine. Samedi dernier elle a voulu acheter du poulet qui était en spécial à 0,89 $ la livre. Elle a regardé dans tous les comptoirs de viande sans en trouver. Elle en a demandé au commis des viandes qui lui a répondu: "A cette heure-ci madame, on n'en a plus. Il aurait fallu venir plus de bonne heure". Cécile n'était pas très contente. Ça lui arrive souvent des affaires de même...".

Questions: 1) Est-ce que ça vous est déjà arrivé à vous de ne pas trouver les spéciaux annoncés?

2) Dans quels magasins cela vous est-il arrivé? A quelle occasion?

3) Qu'est-ce que vous avez fait à ce moment-là?

- L'aminateur présente un autre cas, celui de Claude.

"En passant devant la vitrine d'un magasin de meubles Claude a remarqué une annonce publicitaire. On y annonçait la vente de téléviseurs couleur de 14 po pour seulement 247 $. Après en avoir discuté avec sa femme, Claude décide d'aller en acheter un. Le vendeur du magasin lui montre plusieurs téléviseurs qui n'ont pas les mêmes caractéristiques ni le même prix que celui annoncé en vitrine. Lorsque Claude dit au vendeur: "Je veux acheter une télévision comme celle de votre annonce," le vendeur répond: "Malheureusement je viens juste de vendre la dernière. Mais je peux vous en montrer une autre qui est presque la même. Elle coûte un petit peu plus cher... mais ça vaut la peine." Claude n'est pas content du tout, mais il cède au vendeur et lui donne un acompte. Il se dit qu'il devra prendre plus de temps pour rembourser son emprunt."

Question: 1) Est-ce que ça vous est déjà arrivé une histoire pareille?

2) Comment avez-vous réagi?

3) Qu'est-ce que vous pensez de ça? Qu'est-ce que vous feriez à la place de Claude?

- Finalement le problème de Gisèle est présenté au groupe.

"Gisèle s'est procuré un radio-réveil AM-FM. Elle est très contente de son achat. Le vendeur a été gentil, il lui a bien expliqué comment fonctionnent tous les boutons de son appareil. Il lui a affirmé que son radio-réveil est garanti pour un an."

Depuis deux jours, son radio ne marche plus. Gisèle est arrivée en retard à l'usine. Ça la rend nerveuse. Jeudi soir après le travail, elle apporte son radio-réveil au magasin et explique à un commis au comptoir de l'information qu'elle veut soit le faire réparer, soit l'échanger. -"Avez-vous votre facture?" demande le commis. Gisèle lui donne sa facture et lui souligne que son radio est garanti. -"Avez vous envoyé votre carte de garantie au manufacturier, parce que, c'est obligatoire pour le faire réparer gratuitement..." -"Le vendeur ne m'avait pas dit qu'il fallait envoyer cette carte au manufacturier" dit Gisèle... Gisèle est désemparée d'autant plus qu'elle l'avait payé pas mal cher son radio-réveil. -"Nous, madame, tout ce qu'on peut faire c'est l'envoyer réparer à vos frais. On ne peut pas l'échanger".

Gisèle pense qu'elle n'a pas le choix.

Questions: 1) Qu'est-ce que vous pensez qui va arriver?

2) A vous, est-ce que ça vous est déjà arrivé?

3) Qu'est-ce que vous auriez fait à la place de Gisèle?

Le but de ces trois histoires est d'entamer un débat autour des droits des consommateurs et de regarder les éléments qui sont couverts par la loi. Ce faisant l'animateur va également pouvoir confronter à la fois les perceptions différentes dans le groupe et les connaissances du groupe en matière de recours. Quand les participants ont bien échangé sur ces trois cas, l'animateur reprend dans un tableau schématique les éléments de la discussion en amenant le groupe à envisager des solutions aux problèmes rencontrés par Cécile, Claude et Gisèle.

EXERCICE

Ce tableau peut être rempli soit par l'animateur soit par les participants. Un mot-clé simple devrait suffire à informer.

Nom	Problème	Endroit	Solution(s)?
1) Cécile	. pas de poulet	. épicerie	. s'en passer . faire son épicerie plus tôt, etc.
2) Claude	. plus de téléviseur	. magasin de meuble	. s'en passer . payer plus cher, etc.
3) Gisèle	. radio brisé . garantie contestée	. magasin	. s'en passer . accepter de faire réparer à ses frais, etc.

L'important dans ce tableau, en plus de résumer la discussion, est de faire ressortir combien nous nous estimons démunis face aux arguments des vendeurs. L'animateur en arrive maintenant à présenter aux gens la notion de recours. Il pourrait amener cela de la manière suivante:

> "Nous venons de résumer les problèmes que rencontrent Cécile, Gisèle et Claude. Les solutions qu'ils et nous avons trouvées sont un peu décevantes. Mais il y a une loi qui existe et qui comprend certains articles qui concernent les trois cas présentés. On va regarder ensemble ces articles et trouver d'autres solutions pour les cas problèmes."

MÉTHODOLOGIE

Les recours

Avec les participants, l'animateur essaie d'abord de définir ce qu'est un recours. Finalement, le groupe pourrait s'entendre pour déterminer qu'un recours c'est un moyen utilisé pour faire respecter ses droits. Dans ce sens-là, la Loi sur la protection du consommateur nous indique les droits et les devoirs des consommateurs et des commerçants dans les cas où il y a des litiges possibles. C'est au consommateur et au commerçant de trouver une solution. L'entente de gré à gré est un premier niveau de recours, la première démarche à effectuer. S'il n'y a pas de solution commune envisageable, alors le consommateur peut choisir de faire respecter ses droits en exerçant les recours possibles.

Lorsque les gens se sont entendus sur ce qui précède, l'animateur ramène le tableau et fait suite à la lecture des trois histoires.

EXERCICE

Le but de cet exercice est d'essayer de trouver les solutions possibles venant du commerçant ou du consommateur lors de l'exercice d'un recours. Le groupe se divise en trois équipes. Chaque équipe est responsable d'un cas précis. L'animateur remet à chacune d'elles:

- deux cartons jaunes sur lesquels est indiqué soit le nom du consommateur, soit le mot vendeur ou commerçant.
- Deux cartons verts sur lesquels est indiqué les numéros et le texte des articles de loi pouvant s'appliquer au problème.
- Finalement, deux cartons blancs sur lesquels est indiqué un recours légal possible.

L'exercice peut se faire en lisant à voix haute les indications des différents cartons.

Chaque équipe doit:

1) Choisir le nom de la personne responsable (consommateur ou commerçant) de la situation en litige.
2) Choisir l'article de la loi qui s'applique dans le cas étudié.
3) Trouver le recours possible à chaque problème.

Voici les articles de loi que nous suggérons à l'animateur d'inscrire sur les six cartons verts. Ces articles feront l'objet d'un autre exercice d'association d'idées.

Art. 224: (cas de Claude)
Aucun commerçant, manufacturier ou publicitaire ne peut par quelque moyen que ce soit:

c) exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé.

Art. 226: (cas de Gisèle)
Aucun commerçant ou manufacturier ne peut refuser d'exécuter la garantie qu'il accorde sous le prétexte que le document qui la constate ne lui est pas parvenu ou n'a pas été validé.

Art. 231: (cas de Cécile)
Aucun commerçant ne peut par quelque moyen que ce soit faire de la publicité concernant un bien ou un service qu'il possède en quantité insuffisante pour répondre à la demande du public, à moins de mentionner dans son message publicitaire qu'il ne dispose que d'une quantité limitée du bien ou du service et d'indiquer cette quantité.

Art. 238: (ne s'applique à aucun des cas présentés)
Aucun commerçant manufacturier ou publicitaire, ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit:

a) prétendre qu'il est agréé, recommandé, parrainé, approuvé par un tiers, ou affilié ou associé à ce dernier

Art. 222 (ne s'applique à aucun des cas présentés)
Aucun manufacturier ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit:

b) déprécier un bien ou un service offert par un autre

Art. 228: (peut s'appliquer à tous les cas présentés)
Aucun commerçant, manufacturier ou publicitaire ne peut dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.

<u>Inscriptions sur les six cartons blancs</u>

cas de Cécile:
1) Cécile peut demander à la caissière de lui fournir un coupon sur lequel sont indiqués le nom de l'article et son prix. Ce coupon lui donne droit de profiter du rabais offert lors de sa prochaine épicerie. (C'est un coupon différé).

2) Le commerçant offre à Cécile une autre sorte de poulet mais au prix du rabais (0,89 $ la livre).

cas de Claude:

1) Claude exige que le commerçant lui vende un appareil de télévision d'un modèle différent mais au même prix.

2) Le commerçant suggère à Claude de revenir dans quelques jours en lui promettant de lui réserver un appareil tel que celui qui est annoncé.

cas de Gisèle:

1) Gisèle exige du commis qu'il fasse réparer son radio-réveil sans frais pour elle.

2) Le commis offre à Gisèle de rencontrer le gérant du département et de s'entendre avec lui.

Lorsque l'exercice est réalisé, l'animateur demande aux équipes d'expliquer leur démarche de réflexion. Ces explications sont intéressantes car elles vont révéler comment les gens se positionnent face à des conflits, quelle part de responsabilité ils octroient au commerçant et au consommateur. Ce compte rendu peut ainsi servir de déclencheur à une discussion qui tournerait autour des notions de: responsabilité, droit, devoir, pouvoir. A l'occasion de cette discussion l'animateur fait remarquer aux participants que bien qu'il n'y ait qu'un article de loi imputable à chaque cas, il y a des solutions différentes qui peuvent être envisagées.

EXERCICE

Certains termes spécifiques sont employés en matière de consommation dans la loi. Il serait intéressant de découvrir ce qu'ils signifient.

1. Associer le mot à la bonne définition.

a) bien	1) une personne ou une entreprise qui vend des biens au consommateur
b) consommateur	2) une personne qui s'occupe de la publicité
c) manufacturier	3) un produit, un article qu'on achète ou qu'on emprunte
d) publicitaire	4) une entreprise, une personne qui assemble, produit ou transforme des biens
e) commerçant	5) une personne qui achète ou utilise un bien
f) garantie	6) ce qui assure la protection de certains droits

Réponses: a) - 3)
b) - 5)
c) - 4)
d) - 2
e) - 1)
f) - 6)

2. Compléter à l'aide des cartons verts.

a) Aucun commerçant, manufacturier ou publicitaire ne peut par quelque moyen que ce soit:

exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé

b) Aucun manufacturier ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit:

déprécier un bien ou un service offert par un autre

c) Aucun commerçant, manufacturier ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.

Mots à placer: commerçant - déprécier
consommateur - supérieur
publicitaire - manufacturier

Il existe plus de 300 articles dans la Loi sur la protection du consommateur. Il est impensable d'envisager de tous les connaître et pour vouloir les faire appliquer il faut se servir des ressources en place. C'est pourquoi l'animateur a intérêt à présenter aux participants la possibilité d'utiliser des ressources disponibles quant aux recours légaux qui sont envisageables.

MÉTHODOLOGIE

L'animateur résume au groupe les différentes étapes qu'ils viennent de vivre et les choses qui ont été découvertes en cours de route.

> "Nous avons pris connaissance des histoires de Cécile, Claude et Gisèle. Nous avons essayé de trouver des solutions aux problèmes de consommation qu'ils ont rencontrés. A travers tout ça, on a découvert l'existence de certains articles de la Loi sur la protection du consommateur. C'est sûr qu'on ne peut pas toujours savoir à quel moment la loi nous protège ni quelle solution il peut y avoir dans le cas où on ne réussit pas à s'entendre avec un commerçant. Je vous suggère de reprendre chaque problème et de voir s'il est possible de trouver une autre suite à l'histoire de ces trois personnes."

En guise de suggestion, voici quelques pistes possibles:

- Le cas de Cécile pourrait être envisagé à long terme. Par exemple, imaginez que pendant un mois elle ne trouve jamais en magasin les spéciaux annoncés dans le feuillet publicitaire de son épicerie. Non seulement elle ne les voit pas en magasin, mais l'épicier refuse toute solution à l'amiable. A qui se plaindre?

- Le cas de Claude pourrait être que le commerçant refuse toute concession et persiste à ne pas vouloir satisfaire à la demande de Claude qui est pourtant bien légitime. Qu'est-ce que Claude peut faire?

- Le cas de Gisèle pourrait aboutir au refus clair du magasin de donner suite à la garantie de son radio-réveil. Que peut-elle envisager?

Un point commun ressort: dans les trois cas les consommateurs sont lésés et dans les trois cas ils peuvent poursuivre leurs démarches. Mais comment?

Les recours légaux

Ce qu'il importe maintenant de faire découvrir aux participants c'est l'existence des ressources offertes aux consommateurs dans les cas de litige avec un commerçant. L'animateur présente l'Office de la protection du consommateur, sa raison d'être, sa structure. Bien peu de personnes qui suivent des cours en alphabétisation sont au courant qu'ils peuvent faire appel aux bureaux régionaux de l'Office soit pour se renseigner sur leurs droits, soit pour porter plainte quand on leur confirme qu'ils sont lésés dans leurs droits. L'animateur s'adresse à son bureau régional de l'OPC pour demander des formulaires de plainte ou fait des photocopies du modèle réduit en annexe.

Il en remet une copie à chaque participant. Le groupe se divise en trois équipes et reprend chacun une situation cernée au tout début avec la suite prévue à l'histoire de Claude, Gisèle ou Cécile.

MÉTHODOLOGIE

Chaque membre de l'équipe a en main un formulaire de plainte général de l'OPC. Chaque équipe a choisi un des trois cas mentionnés.

A) Dans un premier temps l'animateur voit, avec toutes les équipes, la teneur du formulaire et explique les termes utilisés et la fonction de chacun des blocs.

Le formulaire se divise en quatre blocs:

1. Identification des parties
2. Éléments relatifs à la plainte
3. Objet de la plainte
4. Règlement souhaité de la part du consommateur

1. Identification des parties

Dans ce bloc il y a deux informations à noter:

- le nom du consommateur, son adresse, son téléphone ainsi que son code postal

- le nom du commerçant, son adresse, son numéro de téléphone ainsi que son code postal

Généralement le feuillet publicitaire (dans le cas de Cécile), la facture (dans le cas de Gisèle) contiennent ces informations

2. Éléments relatifs à la plainte

Trois éléments d'information doivent être indiqués:

- la date (de l'achat ou de la livraison)
- les paiements effectués
- la garantie

3. Objet de la plainte

Ici on demande au consommateur d'indiquer, par écrit, quel(s) bien(s) il s'est acheté(s), quel problème il rencontre, bref ce qui s'est passé.

4. Règlement souhaité de la part du consommateur

Le consommateur doit dire, par écrit, ce qu'il a trouvé comme solution à son problème.

B) Après que l'ensemble du groupe a vu et compris ce qui est demandé dans le formulaire, chaque équipe est invitée à faire comme si Gisèle, Claude ou Cécile portait plainte.

Tous les éléments discutés au cours des ateliers précédents se retrouvent en résumé dans ce formulaire.

Quand chaque équipe a terminé, elle présente au groupe le formulaire qu'elle a rempli. Les questions posées serviront à clarifier des éléments qui sont obscurs et aideront à faire une bonne synthèse de l'histoire du cas depuis le début.

C) Quand tout le monde a terminé sa présentation l'animateur relance le débat:

"Chaque personne qui a été lésée a fait une plainte officielle à l'Office de la protection du consommateur. Que va-t-il se passer maintenant?"

1) Attirer l'attention sur le fait qu'il y a trois copies au formulaire de plainte:

- une copie va au commerçant qui est invité à communiquer avec le consommateur pour régler le problème;
- une copie demeure dans les dossiers de l'OPC;
- une troisième copie doit être conservée par le consommateur dans le cas de communication ultérieure et pour constituer son dossier.

2) Soulever deux possibilités:

- le commerçant donne raison au consommateur et protège sa réputation. Dans ce cas le dossier est clos.

- le commerçant ne donne aucune nouvelle au consommateur, dans le délai fixé au bloc "règlement souhaité de la part du consommateur" et le consommateur décide de poursuivre sa plainte.

Il serait souhaitable de résumer les étapes que Gisèle, Claude ou Cécile ont suivies.

"Nous avons cerné trois problèmes de consommation. Différentes solutions à l'amiable entre les commerçants et les consommateurs ont été envisagées. Nous avons supposé qu'elles avaient été refusées. Après avoir communiqué avec le bureau régional de leur région, Cécile, Claude et Gisèle décident de porter plainte. Là encore, ils ne reçoivent pas de réponse satisfaisante de la part du commerçant. Il est ensuite possible de tenter une médiation entre commerçant et le consommateur, par l'intermédiaire d'un membre du personnel d'un bureau régional de l'OPC. Ils décident donc de faire appel à la Cour des petites créances."

Regardons maintenant comment ils doivent procéder.

Nous suggérons à l'animateur deux choses:

1) de se procurer à l'Office de la protection du consommateur le document A propos... de la Cour des petites créances: un guide en 5 étapes paru en mai 1985.

   Ce guide est simple et renseigne adéquatement sur toutes les démarches que le consommateur doit faire. Il faut également se rappeler que le dossier constitué à l'OPC peut être utile au dossier de preuve à établir pour la Cour des petites créances.

2) De communiquer avec la Cour des petites créances afin d'examiner avec le greffier la possibilité d'une visite guidée à la Cour. Il serait sûrement intéressant pour tout le groupe d'avoir accès à la Cour car bon nombre d'entre nous ne connaissent pas cet élément de notre système judiciaire.

Le but de ce thème ne pourra être atteint que si à chaque étape, l'animateur vérifie auprès du groupe si l'information apportée en classe a été comprise et assimilée.

BIBLIOGRAPHIE

Si vous désirez en savoir plus long sur la publicité trompeuse, sur les recours possibles, voici quelques suggestions;

1. Vous pouvez vous procurer une foule de renseignements auprès d'organismes gouvernementaux tels:

   - Office de la protection du consommateur, Québec

   - Consommation et corporations Canada

   qui ont publié plusieurs feuillets d'information portant sur ce sujet.

2. Voici une liste des ouvrages consultés pour la rédaction du thème d'octobre:

   - Commission de police du Québec. Enquête sur le crime organisé, Exploitation du public par certaines campagnes de souscription et ventes d'annonces, La publicité sympathique, 1978, (Éditeur officiel du Québec)

   - Consommation et Corporations Canada, Comment éviter la publicité trompeuse. Les lignes directrices, Min. des approvisionnements 1983.

   - Éditeur officiel du Québec, Loi sur la protection du consommateur, LRQ chapitre P-40.1, à jour le 23 janvier 1985.

   - Gouvernement du Québec, Office de la protection du consommateur, Loi sur la protection du consommateur, Guide d'application # 4, Les pratiques de commerce et la publicité.

   - Gouvernement du Québec, Office de la protection du consommateur, la Loi sur la protection du consommateur, Les pratiques de commerce: gare aux apparences!

   - Gouvernement du Québec, Office de la protection du consommateur, la Loi sur la protection du consommateur, La publicité: faut en prendre et en laisser!

- Motulsky, Bernard, Consommation, publicité et législation - répertoire des lois canadiennes et québécoises, Les presses de l'université Laval, 1977.

- Motulsky, Bernard, La publicité et ses normes, les forces en présence, Les presses de l'Université Laval, 1980

- Office de la protection du consommateur, A propos... de la Cour des petites créances: un guide en 5 étapes, mai 1985.

- Office de la protection du consommateur, Faut voir à son affaire. Guide d'animation du vidéo Monsieur Won Won.

- Office de la protection du consommateur, La publicité au Québec, document de recherche, mai 1978

- Perrien, Jean, L'efficacité du contenu informatif de la publicité, rapport de recherche à l'Office de la protection du consommateur, 1983.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

ACTIVITÉS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

SUGGESTIONS _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Gouvernement du Québec
Office de la protection du consommateur

FORMULAIRE DE PLAINTE
Général "ANNEXE"
Sans préjudice

Date d'envoi et initiales du préposé

IDENTIFICATION DES PARTIES

Consommateur

Nom: _____

Adresse: _____

_____ Code postal _____

Téléphone au domicile (___)___-____ au travail (___)___-____

Commerçant

Nom: _____

Adresse: _____

Code postal _____ Numéro de téléphone (___)___-____

ÉLÉMENTS RELATIFS À LA PLAINTE

1° S'il y a lieu, indiquez: a) la date du contrat ou de la facture ou de l'achat: _____

b) la date de livraison inscrite sur le contrat (ou sur la facture) ou la date promise par le commerçant: _____

2° Avez-vous payé au comptant? ☐ Oui ☐ Non Avez-vous versé un dépôt? ☐ Oui ☐ Non

3° Y a-t-il une garantie écrite ou verbale? ☐ Oui ☐ Non

OBJET DE LA PLAINTE

Énoncez en quelques mots, l'objet de votre plainte (décrire les biens achetés ou les services que vous vous êtes procurés, exposez votre problème, mentionnez les faits, etc.). Si l'espace est insuffisant, annexez une feuille supplémentaire.

RÈGLEMENT SOUHAITÉ DE LA PART DU CONSOMMATEUR

Énoncez en quelques mots, ce que vous demandez pour le règlement du problème. Si l'espace est insuffisant, annexez une feuille supplémentaire.

Le commerçant a un délai de _____ jours pour faire connaître sa réponse.

Avez-vous déjà communiqué avec le commerçant pour régler ce problème? ☐ Oui ☐ Non Résultat: ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant

Pensez-vous pouvoir une copie de ce formulaire au commerçant? ☐ Oui ☐ Non

Avez-vous fait des démarches auprès d'un avocat en regard de ce problème? ☐ Oui ☐ Non

J'autorise l'Office de la protection du consommateur à utiliser tous les renseignements contenus dans la présente plainte pour fins d'enquête ou de poursuite s'il y a lieu.

Date _____ Signature du consommateur _____

1 Copie du commerçant. Le commerçant est invité à communiquer avec le consommateur afin de tenter de régler ce problème.

NOVEMBRE ET DÉCEMBRE

"CHER PÈRE NOËL..."

Chaque année, quand approche le temps des Fêtes, l'euphorie gagne une grande partie de la population. En effet cette période de l'année rend les consommateurs vulnérables aux achats impulsifs qui mènent souvent à l'endettement. Le temps des Fêtes c'est aussi une période où l'on reçoit beaucoup de monde chez soi. Le budget alimentaire en souffre et le portefeuille aussi... "Cher père Noël" veut amener une réflexion qui permette aux participants d'envisager d'autres solutions que la surconsommation pour garder la magie de Noël!

OBJECTIFS DE FORMATION EN CONSOMMATION	OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	
	FRANÇAIS	MATHÉMATIQUES
- prévoir les achats et les réceptions de Noël - devenir critique face à: . la publicité incitative faite à l'occasion du temps des Fêtes . notre réaction à cette publicité - devenir créatif quand il s'agit de faire des emplettes ou des cadeaux - exploiter les services d'entraide et les ressources qui peuvent remplacer les achats et les activités de consommation traditionnelles	- faire: . une liste des achats prévus . une liste d'épicerie du temps des Fêtes - savoir décoder les incitations à la consommation dans les messages - s'exprimer sur ses valeurs et sur celles véhiculées par les médias durant le temps des Fêtes - rencontrer et questionner des personnes oeuvrant dans des organismes de charité	- calculer le coût des achats: . de l'épicerie . des cadeaux - comparer les prix entre divers magasins - prévoir un budget du temps des Fêtes pour une personne à faible revenu

MISE EN SITUATION

Le temps des Fêtes s'annonce déjà dès le début du mois de novembre. Pour cette raison, mais surtout à cause de toute la publicité déployée durant cette période, nous croyons essentiel d'entreprendre une démarche de réflexion à cet égard avec les participants. De plus, comme la période des Fêtes est celle où se font 30 % des ventes du commerce au détail (v. article de l'Acef à cet effet) il nous semble essentiel de bien préparer les participants à prévoir et à choisir les activités et biens de consommation qui leur conviennent le mieux en tenant compte de leur budget.

ACTIVITÉ

Une première activité simple sert de déclencheur à la réflexion. L'animateur demande aux participants de nommer les personnes à qui ils comptent offrir un présent à Noël, d'inscrire à côté de chaque nom ce qu'ils comptent offrir comme cadeau. Finalement il demande d'évaluer le coût de chaque cadeau inscrit.

Une grille simple peut servir de support à cette activité et sera remplie dans une autre étape, celle du magasinage.

Grille pour les cadeaux de Noël - Nom du participant			
Nom des personnes	Cadeaux que je veux offrir	Ce que j'évalue qu'ils coûtent	Ce que ça coûte en réalité
1. 2.	1. 2.	1. 2.	1. 2. etc.
Total:	Total:	Total:	Total:

Lorsque les participants ont indiqué les informations demandées par l'animateur, ce dernier les invite à magasiner les achats prévus, mais à la maison, c'est-à-dire en se servant des feuillets publicitaires qu'ils recevront chez eux durant le mois de novembre.

Au dernier atelier du mois de novembre, les participants auront probablement recueilli l'information relative aux coûts réels et seront en mesure de comparer le coût total évalué au coût total réel.

L'exercice suivant permettra aux participants d'utiliser les informations recueillies et servira de déclencheur à une discussion subséquente. L'animateur peut inviter les participants à se grouper en petites équipes de deux ou trois personnes pour exécuter le travail demandé.

EXERCICE

En vous servant de la grille que vous avez remplie, répondez aux questions suivantes et comparez vos réponses avec celles de vos coéquipiers.

1. A combien de personnes voulez-vous offrir un cadeau?

   Réponse: _____

2. Parmi ces personnes combien font partie:

   a) de votre famille immédiate (femme, mari, enfants)?

      Réponse: _____

   b) de votre famille d'origine (père, mère, frères et soeurs)?

      Réponse: _____

   c) de votre famille plus lointaine (grands-parents, oncles, tantes, cousins et cousines)?

      Réponse: _____

   d) de votre groupe d'amis immédiats?

      Réponse: _____

3. A combien avez-vous évalué le coût total de vos cadeaux?

   Réponse: _____

4. D'après les renseignements que vous avez obtenus, combien coûteront réellement tous les cadeaux que vous désirez offrir?

   Réponse: _____

5. Par quelle opération calculez-vous la différence entre le prix évalué et le coût total réel?

   Réponse: coût réel - coût évalué = différence

   ou bien

   coût évalué - coût réel = différence

6. D'après la différence que vous avez obtenue vos cadeaux vous coûteront-ils moins cher que prévu ou plus cher?

   Réponse: _____

7. Parmi les cadeaux que vous voulez offrir

   a) combien comptez-vous en acheter?

   b) combien comptez-vous en fabriquer vous-mêmes?

      Réponse: a) liste cadeaux achetés

               b) liste cadeaux fabriqués

8. Combien vont coûter réellement:

   a) les cadeaux achetés

      Réponse: _____

   b) les cadeaux fabriqués:

      Réponse: _____

9. Avez-vous prévu un budget pour vos cadeaux de Noël?

      Réponse: _____

10. Est-ce que votre budget est suffisamment élevé pour permettre l'achat de tous les cadeaux que vous avez prévus?

      Réponse: _____

11. Si votre budget est trop restreint, comment allez vous procéder pour être satisfait de vos choix?

      Réponse: _____

Lorsque l'exercice est complété par l'ensemble des équipes, l'animateur invite les gens à approfondir leur réflexion. Aussi, au moyen d'une discussion en atelier, il serait intéressant de faire ressortir les habitudes d'achat, de planification des achats, les traditions quant aux échanges entre les membres de la famille ou les amis. Voici quelques exemples de questions ouvertes:

"Vous avez noté le nom des gens à qui vous offrez des cadeaux à Noël.

1° Pouvez-vous me dire comment ça se passe chez vous?

2° Est-ce que vous achetez des cadeaux à chaque membre de votre famille?

3° Faites-vous un tirage?

4° Est-ce que la famille s'entend sur un montant maximum à dépenser par cadeau?

5° Y a-t-il des gens parmi vous qui fabriquent eux-mêmes leur cadeau?

etc..."

Après avoir abordé le côté plutôt affectif des échanges de cadeaux, on peut plus aisément passer à l'aspect matériel de cette tradition au moyen des questions suivantes:

1° Comment procédez-vous pour faire vos achats de Noël?

2° Les faites-vous à l'avance?

3° Mettez-vous de l'argent de côté spécifiquement pour ça?

4° Attendez-vous les ventes du temps des Fêtes?

5° Achetez-vous à crédit?

Les réponses fournies serviront à amener les notions de budget, d'économies et de prévisions budgétaires relatives aux achats des Fêtes.

Une deuxième activité liée directement à la publicité peut être faite à partir des circulaires sur l'alimentation que les participants auront ramassés au cours des deux dernères semaines de novembre.

MÉTHODOLOGIE

L'animateur demande de former des petites équipes. La consigne est la suivante:

> "Vous avez en main des circulaires de différents magasins d'alimentation. Je vous demande de:
>
> 1° prévoir un menu pour une réception de Noël
>
> 2° chercher dans les circulaires les articles nécessaires à votre menu
>
> 3° calculer à partir des informations des circulaires, quel sera le coût de votre menu.

La grille suivante peut servir de support aux participants:

Un menu pour Noël	Nom des participants de l'équipe
Travail fait à partir des circulaires de: Nom des magasins _____ _____	
Menu: . entrée : _____ . viande : _____ . légumes : _____ . hors-d'oeuvre: _____ . dessert : _____ . boissons : _____	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Coût des articles nécessaires: . entrée : nom du produit: coût $. viande : nom du produit: coût $. légumes : nom du produit: coût $. hors-d'oeuvre: nom du produit: coût $. dessert : nom du produit: coût $. boissons : nom du produit: coût $ Prévision du coût total: _____	

A la suite de cette activité, les participants sont invités à prévoir jusqu'à Noël les achats qu'ils feront chaque semaine pour acquérir la totalité des biens inscrits sur leur liste. Ces achats doivent se faire de façon progressive. L'avantage de ce genre de prévision c'est de montrer l'augmentation réelle du coût de l'épicerie durant la période des Fêtes.

A cette étape, l'animateur résume la démarche que le groupe a faite depuis le début du thème:

> "Nous avons fait deux genres d'activités qui nous montrent que durant les Fêtes, il y a des dépenses additionnelles qui s'ajoutent à notre budget. Depuis trois semaines vous ramassez tous les feuillets publicitaires soit pour prévoir le coût de vos achats de cadeaux soit pour prévoir le coût de vos réceptions. Nous voyons bien qu'il y a plus de feuillets publicitaires maintenant qu'il n'y en a durant d'autres périodes de l'année. Tout le monde ne parle que du temps des Fêtes. A la télévision, à la radio, il n'est question que de cela. Les enfants aussi sont de la partie: ils regardent les circulaires, les catalogues et ils veulent tout avoir! Les feuillets publicitaires sont faits pour ça: inciter les gens à dépenser. Surtout que durant le temps des Fêtes ils font appel à l'émotion des gens, à leur vulnérabilité. Qui parmi nous n'a pas envie de faire plaisir à Noël, à ses amis, ses enfants, ses parents?
>
> Nous allons maintenant regarder les feuillets publicitaires que vous avez ramassés en essayant de "lire entre les lignes" ce qu'ils nous disent."

Les exercices suivants servent de support à l'animation de cette activité.

EXERCICE

"Quelques grands magasins nous parlent..."

1. Chaque circulaire a un en-tête particulier qui présente le slogan des magasins pour le temps des Fêtes.

   Quel est le slogan de:

   - LA BAIE
   - EATON
   - WOOLCO
   - WOOLWORTH

- ZELLER'S
- DISTRIBUTION AUX CONSOMMATEURS
- PASCAL

2. Quels sont les mots utilisés dans ces slogans et qui nous font penser à Noël?

   Réponse: ________________

3. Quelles couleurs reviennent le plus souvent dans les slogans?

   Réponse: ________________

4. Quels mots reviennent le plus souvent?

   Réponse: ________________

5. Parmi les mots qui reviennent souvent, quels sont ceux qui sont synonymes (qui veulent dire la même chose)?

   Réponse: ________________

6. Complétez les mots dont la première lettre est indiquée et vous découvrirez des mots-clés utilisés dans la publicité du temps des Fêtes.

M a g i e	R é c e p t i o n
N o ë l	F a m i l l e
T r a d i t i o n	E n f a n t s
C a d e a u x	J o y e u x N o ë l
I d é e s	F é e r i e
S o u h a i t s	
P è r e N o ë l	

A la suite de ces activités qui ont servi surtout à relever l'aspect publicitaire et le côté "consommation" de la période de Noël, il serait intéressant d'amener les participants à réfléchir aux valeurs qu'il accordent eux-mêmes au temps des Fêtes.

L'activité suivante permet aux participants de découvrir ce qui les motive à fêter Noël, ce qu'ils privilégient et surtout les choix qui s'offrent à eux. De plus elle offre l'avantage de s'informer concrètement des moyens de souligner cette période lorsque le budget du temps des Fêtes est restreint.

Activité

Une première question peut amorcer la réflexion:

> "Si vous n'aviez pas d'argent à dépenser pour les Fêtes, qu'est-ce que vous laisseriez tomber en premier? Pourquoi?"

Peu importe les réponses apportées, l'intérêt c'est qu'elles révèlent ce à quoi les gens tiennent le moins.

Une deuxième question complète la première:

> "Si vous ne pouviez rien acheter de plus que d'habitude comment fêteriez-vous Noël? Qu'est-ce qui serait le plus important à conserver pour vous? Pourquoi?"

Là encore l'intérêt est d'amener les participants à s'exprimer sur ce qu'ils trouvent le plus important, ce à quoi ils tiennent le plus.

Suite à ces échanges, l'animateur présente le cas fictif de Louis, chômeur depuis peu; le court texte suivant peut être remis aux participants.

Texte: C'est comme ça que ça se passe ... même dans le temps des Fêtes!

Louis est découragé. Il vient d'être congédié. Il n'y a pas assez d'ouvrage à l'usine. Louis se demande comment passer l'hiver. Il ne sait pas comment annoncer la nouvelle à sa femme. Il pense que c'est Noël dans trois semaines, et que les enfants espèrent avoir des cadeaux...

Le pire c'est qu'il va recevoir son chômage seulement après le temps des Fêtes. Il essaie de voir comment s'arranger en attendant ... et comment fêter Noël!

Le but de ce texte est de déclencher des réactions. La question suivante pourrait être lancée au groupe:

> "Connaissez-vous quelqu'un à qui il est déjà arrivé quelque chose de semblable?
>
> Comment s'en est-il sorti?
>
> Avez-vous des idées qui pourraient aider à arranger les choses dans un cas comme celui-là?"

En reprenant les suggestions et réponses des participants on tentera ensuite de trouver des moyens de dépanner Louis.

> "Dans notre village, notre ville ou notre quartier, est-ce qu'il existe des services ou des endroits où un homme comme Louis pourrait demander de l'aide? En connaissez-vous?"

Il serait important de noter les réponses des gens et de les questionner sur les informations qu'ils apportent. Si les gens se sentent dèmunis pour répondre, il serait souhaitable que l'animateur ait déjà, au préalable, un certain nombre d'informations à communiquer. C'est à cette étape qu'il serait bon de parler des organismes de paroisse du type de la Saint-Vincent-de-Paul ou de l'Armée du salut et de leur service de dépannage, de petits prêts, des paniers de Noël, etc.

Tous les quartiers n'offrent pas nécessairement le genre de dépannage c'est pourquoi il nous semble important et essentiel d'amener la réflexion vers les changements d'attitude de chacun pour pallier les ressources parfois inexistantes du milieu social.

> "Si vous deviez passer le Noël de Louis, quelles solutions adopteriez-vous? Qu'est-ce qui passerait en premier dans votre budget? Comment feriez-vous pour ne pas vous endetter durant le temps des Fêtes?"

Les suggestions peuvent s'avérer nombreuses et parfois même contradictoires. L'important demeure que les participants apportent aux problèmes soulevés des solutions constructives.

Le groupe devrait être invité à choisir une des solutions proposées et à l'appliquer. L'essentiel de cette partie de la démarche est de conscientiser les participants aux solutions diverses qui existent soit dans le milieu de vie, soit par la créativité des personnes.

Finalement, la première partie aura servi à cerner l'influence de la publicité du temps des Fêtes et à la désamorcer quelque peu alors que la deuxième partie aura révélé davantage les valeurs des gens et leur pouvoir de choisir.

Si vous voulez en savoir plus:

Acef de l'Est, Les spéciaux dans l'alimentation: fausse représentation?, été 1984.

Acef de l'Est, Payez plus tard - dépensez - achetez, volume 2, numéro 2, décembre 1982.

Acef du Nord, Alimentation, Des événements majeurs ont caractérisé ce secteur en 1983, spécial rétrospective.

Acef Rive-Sud, Le Temps des fêtes, le Temps de la surconsommation?, dans "L'Acef en bref", volume 6, numéro 2, décembre 1983 - janvier 1984.

Berthault, Madeleine, Jouets 1985, Les choix A.C.Q., dans "La Presse", Mercredi 7 novembre 1984, section E, page 2.

Julien, Luce, L'euphorie des achats de Noël, dans "S'en sortir", volume 7, numéro 6, décembre 1984.

Venne, Michel, Des nouvelles bouteilles de bière pour péter de la broue, dans "S'en sortir", volume 6, numéros 5 et 6, décembre 1983.

Venne, Michel, Noël c'est la fête, dans "S'en sortir", volume 6, numéros 5 et 6, décembre 1983.

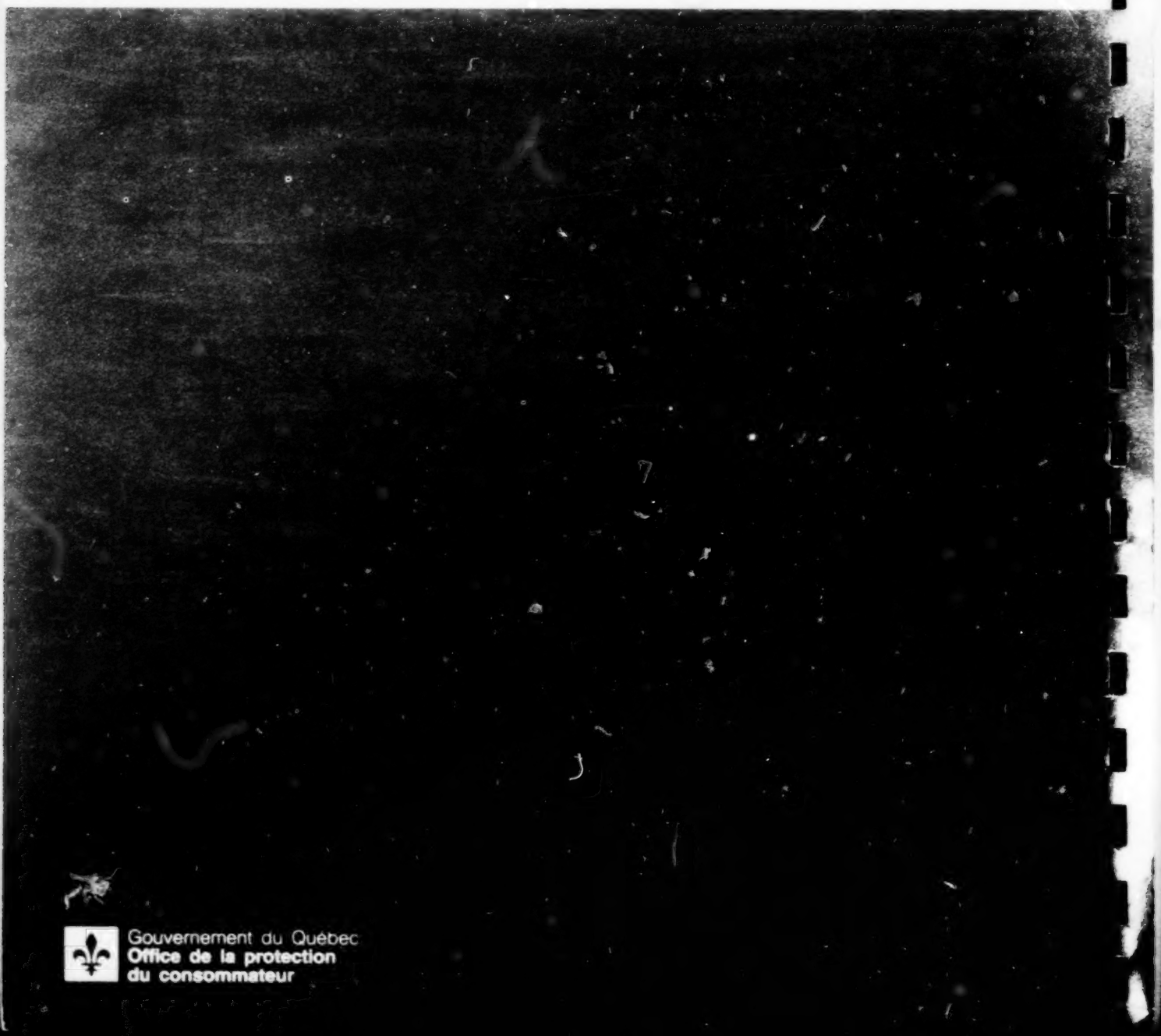
* * *, Un guide pour parents et éducateurs, jeux d'apprentissage ou jeux de divertissement, dans "La Presse", mercredi 28 novembre 1984, section E, page 11.

ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS ÉVALUONS

DÉMARCHE

ACTIVITÉS

SUGGESTIONS



Gouvernement du Québec
Office de la protection du consommateur